# الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية وأثرها على ربحية البنوك التجارية الاردنية

" دراسة اختبارية على البنوك التجارية الاردنية للفترة من 2010-2014"

# The Market Share of Banking Facilities and their Impact on the Profitability of the Jordanian Commercial Bank

"Empirical Study on the Jordanian Commercial Banks from 2010-2014"

**إعــداد**

**ابتسام السيد شهاب الدين**

**إشــراف**

**الدكتور ابراهيم القاضي**

**قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة**

**قسم المحاسبة**

**كليـة الأعمال**

**جامعة الشرق الأوسط**

**أيار/ 2016**

# تفـويض

أنا الموقع أدناه " **ابتسام السيد شهاب الدين** " أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً والكترونياً للمكتبات، او المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: ابتسام السيد شهاب الدين

التاريخ: 24 / 5 / 2016

التوقيـع:

# قـرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها:

الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية وأثرها على ربحية البنوك التجارية الاردنية : "دراسة اختبارية على البنوك التجارية الاردنية للفترة من 2010-2014".

وأجيزت بتاريخ 5/24 / 2016

| أعضاء لجنة المناقشة | | الجامعة | التوقيع |
|---|---|---|---|
| د. ابراهيم القاضي | مشرفا | الشرق الأوسط | .................... |
| د. عبدالرحيم قدومي | رئيسا | الشرق الأوسط | .................... |
| د. عادل شرف الدين بينو | عضواً خارجياً | الجامعة الاردنية | .................... |

# شكـر وتقدير

الشكر أولاً لله تعالى على توفيقه وعونه لي، فإنه أحق من شكر، وأثني عليه الحمد كله فهو أهل الثناء والحمد.

أما بعد فأتوجه بالشكر بداية إلى أساتذتي الأفاضل حفظهم الله.

وأخص بالشكر والتقدير مشرف رسالتي الدكتور ابراهيم القاضي لمساندته لي وتوجيهي لاتمام هذه الرسالة.

والشكر الجزيل والاحترام لرئيس واعضاء اللجنة الكريمة التي ناقشت هذه الرسالة وأثرتها بتوجيهاتها الكريمة.

الشكر والامتنان والتقدير والاعتزاز لوالدي الحبيب الذي لم يبخل على بدعمه النفسي والمعنوي والمادي لاتمام هذه الرسالة والدراسة والوصول لهذه المرحلة.

والشكر إلى كل من أسدى إليّ معروفاً وساهم في بناء شخصيتي العلمية.

**الباحثة**

**ابتسام السيد شهاب الدين**

# الإهـداء

إلى الذي دعمني وشجعني وما فتئ أن نصحني وقومني وأرشدني ... الى الذي لن أوفيه حقه ما حييت والدي الغالي المهندس السيد سند شهاب الدين حفظه الله.

إلى التي ربتني وأحاطتني بدعواتها ودعمها الدائم الجميلة الحبيبة والدتي رعاها الله.

إلى الذي ساندني بحبه ونصائحه الاخوية الجميله أخي الحبيب أحمد.

والى ابنته التي ننتظر قدومها بكل شوق الى هذه الحياه...

الى اختي وقطعة من روحي الحبيبة سمر.

وإلى كل من له حق عليّ أهدي هذه الرسالة.

**الباحثة**

**ابتسام السيد شهاب الدين**

# قائمة المحتـويـات

# قائمة الجـداول

# قائمة الأشكال



# قائمة الملاحق

# الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية وأثرها على ربحية البنوك التجارية الاردنية

**"دراسة اختبارية على البنوك التجارية الاردنية للفترة من 2010-2014"**

**إعداد**

**ابتسام السيد شهاب الدين**

**إشراف**

**الدكتور ابراهيم القاضي**

## الملخص

تهدف هذه الدراسة الى بيان أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية المدرجة في بورصة عمان للاوراق المالية.

وقد أجريت الدراسة على كافة البنوك التجارية الاردنية المدرجة في سوق عمان للاسهم والتي بلغ عددها 13 بنك للفترة 2010-2014 ، حيث تم أولا احتساب الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية لهذه البنوك والتي تمثل المتغير المستقل ، والعائد على الاصول والعائد على حقوق الملكية كمتغيرات تابعة. ثم تم اجراء تحليل مالي بهدف التعرف على أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية وقد جاءت نتيجة التحليل متطابقة مع نتائج التحليل الاحصائي الذي تم إجراءه باستخدام معادلة الانحدار البسيط للتعرف على الاثر ومعامل الارتباط بيرسون للتعرف على العلاقة ما بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة . وكانت أهم نتائج الدراسة تتمثل بما يلي :

1- تبين وجود علاقة طردية مابين الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية و العائد على الاصول، حيث أشارت الدراسة الى وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

2- تبين وجود علاقة طردية مابين الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية و العائد على حقوق الملكية، حيث أشارت الدراسة الى وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) .

3- ان البنك العربي يمتلك اكبر نسبة للتسهيلات المصرفية في قطاع البنوك التجارية .

4- تأثير الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية اكبر على العائد على الاصول .

5- علاقة الارتباط بين العائد على الاصول و العائد على الملكية كبيرة حيث بلغت (0.97321)

**الكلمات المفتاحية:** الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية ، العائد على الاصول ، العائد على حقوق الملكية .

# The Market Share of Banking Facilities and their Impact on the Profitability of the Jordanian Commercial Bank

## "Empirical Study On The Jordanian Commercial Banks from 2010-2014"


## Prepared by

## Ebtesam Al-Sayed Shhab Edein

## Supervised by

## Dr. Ibrahim Alqadi


## Abstract


This study aimed to demonstrate the impact of the Market Share of Banking Facilities on commercial banks Profitability.

The study sample consists of Jordanian commercial banks of (13 Bank) for the period between 2010-2014; it relies on the annual financial reports of the banks. To achieve the study objectives، the researcher used the qualitative methodology based on an empirical study . The researcher used many statistical descriptive methods (such as means، standard deviations and percentage) in addition to the use of simple regression analysis in testing the hypotheses of the study. after a processing and analysing of the study data and test its hypotheses، the study revealed a number of results، including:

• There is statistically significant effect for the Market Share of Banking Facilities on both the return on assets and the return on equity.

• There is statistically significant effect the Market Share of Banking Facilities on commercial banks Profitability.



**Keywords :** the Market Share of Banking Facilities، Return on assets، Return on equity، Jordanian Commercial Banks.

# الفصل الأول

# خلفية الدراسة وأهميتها

- (1−1) المقدمة
- (1−2) مشكلة الدراسة
- (1−3) أهداف الدراسة
- (1−4) أهمية الدراسة
- (1−5) اسئلة الدراسة وفرضياتها
- (1−6) حدود الدراسة
- (1−7) محددات الدراسة
- (1−8) مصطلحات الدراسة

# الفصل الأول

# خلفية الدراسة وأهميتها

## (1−1) مقدمة :

يعتبر القطاع المصرفي الأردني أحد أهم القطاعات الرافدة للإقتصاد الوطني وأكثرها حساسية، وذلك لأن أي تأثير سلبي كان أم إيجابي سينعكس على حجم ونوعية نشاطه ومكوناته، ويتمثل القطاع المصرفي الأردني في عدد من البنوك التي تعمل ضمن بيئة داخلية وخارجية، تؤثر على نشاطه ومستقبله وعملية تطور أدائه.

كما أن القطاع المصرفي يُعد قطاعاً فاعلاً في إدارة الاقتصاد المالي ومواكبة تطوراته، إذ يتمثل الدور الرئيسي لهذا القطاع بتوفير الأطر المؤسسية الهادفة إلى تعبئة المدخرات وتوجيهها نحو استثمار حقيقي يكون داعم لمسيرة النمو، وبالرغم من الإنجازات التي تم تحقيقها في الأردن في مجال الإدارة المالية من خلال هذا القطاع، إلّا أن المرحلة الحالية تتسم بمجموعة من التحديات سواء كانت في مجال المنافسة، أو في مواجهة متطلبات التنمية (طراد، 2002).

ولكي تواجه البنوك هذه التحديات يتوجب عليها تعظيم أرباحهابشكل يزيدمن قيمة ثروتها وثروةالمساهمين فيها، من خلال توظيف الأموال باستخدام مصادر متعددة وذات كفاءة عالية، مما سيؤدي إلى زيادة قيمة أسهم البنك والمحافظة على مكانتها وإستمرارايتها ضمن بيئة عمله (ميرغني، 2015).

كما أن ربحية البنوك التجارية تتأثر بالعديد من العوامل، سواء ما يتعلق بإدارة البنك، أو بأوضاعه المالية مثل (حجم الموجودات، وحقوق الملكية، وعدد فروعه، وتقنية أداءه للخدمات المصرفية)، وتختلف أهمية هذه العوامل من حيث درجة شدة تأثيرها على أرباح البنك (صيام وخربوش، 2002)، لذلك فإنه من الضروري دراسة العوامل المؤثرة على ربحية البنوك التجارية وتحديد أهمية كل عامل ومدى تأثيره في ربحية البنوك التجارية، بهدف مساعدة تلك البنوك على وضع السياسات والتشريعات المناسبة والكفيلة بتحسين ربحيتها، وتفعيل نشاطها المصرفي، والمحافظة على سيولتها، وتدفقاتها النقدية (القعايدة، 2012).

"كما ان قطاع البنوك التجارية تمثل الجزء الاكبر من الجهاز المصرفي وبالتالي عليها الدور الأكبر فى خدمة المجتمع الاقتصادي وكذلك تعد التسهيلات المصرفية الاستخدام الرئيسي لأموال البنوك التجارية والمصدر الأساسي لإيراداتها والمجال الرئيسي لربحية البنوك التجارية والتسهيلات المصرفية هي أهم بند فى بنود الأصول فى ميزانية البنك التجاري وكذلك أهم إدارة في التنظيم الإداري للبنك "(مشرقى،2007)

من جهة أخرى، إن التعرف على مستوى الخدمات المقدمة من قبل المنظمات كالبنوك التجارية في فترة زمنية معينة لا يبين لنا درجة كفاءة الأداء التي حققها البنك، لذلك فإنه من الواجب تحليل ومعرفة الحصة السوقية للبنك بهدف التعرف على مدى كفاءته في السوق المالي، وذلك من خلال مقارنة الحصة السوقية لبنك معين بالحصة السوقية لباقي البنوك (منصور، 2011).

كل هذا فيه ما حفز الباحثة لمحاولة تحليل أثر الحصة السوقية على ربحية البنوك التجارية في الأردن.

## (2-1) مشكلة الدراسة:

تمثل عملية تحقيق الأرباح و تعظيمها هدفاً أساسياً للبنوك التجارية، بحيث أن سعيها المستمر وراء تحقيق الأرباح يمكنها من المحافظة على إستمراريتها وتدعيم مركزها المالي، مما يؤثر إيجاباً على قدرتها في مواجهة الأخطار والتحديات، كما أن عدم تحقيق البنوك للأرباح يؤدي إلى تردي أوضاعها المالية وتآكل حقوق ملكيتها .

وتتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية في الأردن، لانه ليس بالضرورة البنوك ذات الحصة السوقية المرتفعة تكون ارباحها ايضا مرتفعة ، وبناءعليه فإنه يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس التالي:

ما أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية؟

## (3-1) أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في الكشف عن أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية، فيما تتمثل الأهداف الفرعية للدراسة في الآتي:

1. تقديم إطار نظري مناسب لجميع متغيرات الدراسة، بحيث يتم توضيح مفهوم الحصة السوقية وأثرهاعلى ربحية البنوك التجارية بشكل متكامل.
2. التعرف على أثر حصة البنك السوقية لإجمالي التسهيلات على ربحية البنوك التجارية (العائد على الأصول، والعائد على الملكية).
3. تقديم مجموعة من التوصيات بناءاً على نتائج تحليل الدراسة.

## (4-1)أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوعها الرئيسي بأثر الحصة السوقية للبنوك التجارية على ربحيتها لما له من أثر واضح على بقاء البنوك واستمراريتها، بالإضافة إلى دوره المهم في عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالتمويل والإستثمار من قبل ادارة البنوك، كما أن أهمية هذه الدراسة تنبع من واقع دراستها للبنوك التجارية والتي تمثل أحد أهم روافد الإقتصاد الأردني.

كما تبرز أهمية الدراسة الحالية من خلال النقاط التالية:

1. اعتبارها محاولة اكاديمية لإلقاء الضوء على أثر الحصة السوقية للتسهلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية في القطاع المصرفي الأردني.
2. إمكانية الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في تقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات لمدراء البنوك التجارية الأردنية ولجميع الجهات المختصة بالرقابة على القطاع المصرفي وكذلك للمستثمرين في أسهم تلك البنوك.

## (5-1)أسئلة الدراسة وفرضياتها :

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

**ما اثرالحصة السوقية (للتسهيلات المصرفية) على ربحية البنوك التجارية (العائد على الأصول، والعائد على الملكية)؟**

و يتفرع منه الاسئلة الفرعية التالية :

1- ما اثر حصة البنك السوقية لاجمالي التسهيلات على العائد على الاصول كأحد مؤشرات الربحية للبنوك التجارية ؟

2- ما اثر حصة البنك السوقية لاجمالي التسهيلات على العائد على الملكية كأحد مؤشرات الربحية للبنوك التجارية ؟

وبناءا على الاسئلة المتفرعة عن مشكلة الدراسة تقوم الدراسة على الفرضيات التالية :

**الفرضية الرئيسيةH0:**لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية المتمثلة ب (العائد على الأصول، والعائد على الملكية).

و يتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية :

- **الفرضية الفرعيةh01:**لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة($\alpha \leq 0.05$) للحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على العائد على الأصول في البنوك التجارية الاردنية.
- **الفرضية الفرعية$h0_2$:** لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة($\alpha \leq 0.05$) للحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على العائد على حقوق الملكية في البنوك التجارية الاردنية.

## (1-6) حدود الدراسة :

تقتصر الدراسة على الحدود التالية:

**حدود زمانية:** تقتصر الدراسة على الفترة من 2010 إلى 2014.

**حدود مكانية:** تقتصر هذه الدراسة على دراسة البنوك التجارية العاملة في الأردن (13) بنك.

## (1-7) محددات الدراسة :

تتحدد الدراسة بمجموعة من المحددات والمتمثلة في:

1. ندرة الدراسات التي تناولت موضوع الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية وأثرها على ربحية البنوك التجارية في الأردن.
2. قلة توفر المراجع و الكتب التي تناقش الحصة السوقية للبنوك التجارية.

## (1-8) مصطلحات الدراسة :

**الحصة السوقية:** تعرف بأنها "النسبة المئوية لمبيعات المؤسسة إلى مجموع مبيعات السوق" .

وتعرفها الباحثة إجرائياً على أنها مؤشر لربحية البنوك أو نصيبه من النسبة الكلية إلى الصناعة المالية.

**التسهيلات المصرفية المباشرة :** تعرف بأنها " منح المصارف التسهيلات المصرفية حيث يتم تزويد المقترض باحتياجاته من الأموال اللازمة لتمويل النشاط سواء كان هذا التمويل قصير أو طويل الأجل وضمن المحددات ". ويعتمد نوع ومدة التمويل على الحاجة المرتبطة به، فمثلاً لتمويل الإنفاق الرأسمالي يتم الحصول على قروض تمويل طويلة الأجل ولتمويل العمليات الجارية يتم الحصول على تمويل قصير الأجل (مشرقي،2007) .

**ربحية البنوك التجارية:** هي " العلاقة بين الأرباح التي تحققهاالبنوك و الاستثمارات التي ساهمت في تحقيقها، وتعتبر هدفاً للحكم على كفائتها، وفاعليتها في استخدامها لمواردها، فهي تمثل صافي نتائج عدد كبير من السياسات والقرارات، وبالتالي تعتبر مؤشراً لأداء البنوك" (أبو زعيتر، 2006،2).

وتعرفها الباحثة إجرائياً على أنها الربح الخاص باستثمارات البنك، أي أنه يمثل الربح القادم من نشاط البنك الاستثماري.

# الفصل الثاني

## الأدب النظري والدراسات السابقة

- (2–1) المقدمة
- (2–2) البنوك التجارية
- (2–3) نشأة البنوك التجارية
- (2–4) تعريف البنوك التجارية
- (2–5) وظائف البنوك التجارية
- (2–6) البنوك التجارية الاردنية
- (2–7) الحصة السوقية
- (2–8) تعريف الحصة السوقية
- (2–9) طرق قياس الحصة السوقية
- (2–10) طرق تعظيم الحصة السوقية
- (2–11) التسهيلات المصرفية
- (2–12) تعريف التسهيلات الائتمانية البنكية
- (2–13) أهمية التسهيلات المصرفية
- (2–14) أنواع التسهيلات في البنوك التجارية

# الفصل الثاني

# الأدب النظري والدراسات السابقة

## تمهيد

يقسم هذا الفصل إلى جزأين رئيسين، الأول يعنى بالأدبيات النظرية ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية، حيث يقسم إلى محورين (الحصة السوقية للتسهيلات الائتمانية، وربحية البنوك التجارية)، أما الجزء الثاني فيشمل على مجموعة من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية.

## (2-1) المقدمة

يعتبر قطاع البنوك من أهم القطاعات التي تخدم المجتمعات بشتى فئاته، حيث ينظر الى هذا القطاع على أنه المساعد الاستراتيجي للدول في تحقيق التنمية والرفاه، ولضرورة اعمال البنوك التجارية في الأردن قامت الباحثة في صدد هذه الدراسة وفي هذا الفصل منها بتعريف مفهوم البنوك التجارية واستعراض نشأتها دولياً ومحلياً في الأردن وبيان وظائفها الرئيسية من وظائف تقليدية ووظائف حديثة اضافة الى ما تقدمه هذه البنوك من خدمات أخرى.

ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة أيضاً في النظر الى مفهوم الحصة السوقية من خلال الرجوع الى الأدبيات الخاصة في هذا المفهوم إضافة الى طرق قياسها وطرق تعظيمها والاستراتيجيات المتبعة فيها، وذلك بغية التعرف الى ما تقدمه من تسهيلات ائتمانية بنكية وتعريفها وأهميتها وأنواعها الرئيسية اضافة الى شروطها واستعراض نسبتها في الأردن.

وفي السياق ذاته قامت الباحثة في تناول مفهوم الأداء المالي في البنوك التجارية والتي تمثل مجتمع الدراسة الحالية، حيث استعرضت كل من تعريف الأداء المالي والمعايير المستخدمة لقياسه والنسب الرئيسية فيه وصولاً الى ربحية البنوك التجارية ومفهومها والمؤشرات المستخدمة في تقييمها.

إضافة الى استعراض أهم الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية فقد قامت بالرجوع الى العديد من الأبحاث والدراسات التي تناولت هذا الموضوع وأوردت ملخصات هذه الدراسة وما يميز دراستها عنها.

## (2-2) البنوك التجارية :

تعتبر البنوك التجارية في اقتصاديات الدول العصب الذي يحركها، وذلك بما تقوم به من خدمات لكل من المودعين والمقترضين فضلاً عما تقوم به من رفد المجتمعات في الأموال لتحريك مصالحها والوصول نحو الإزدهار في جميع الأعمال. كما ويمكن النظر للبنوك على أنها الدافع والداعم الأساسي في البيئة العاملة لها من خلال ما تقدمه من حلول استثمارية تسعى من خلالها في توجيه المشاريع نحو النجاح من خلال النظر اليها كشريك استراتيجي مميز .

وعليه تعد البنوك التجارية من أحد أهم المكونات التي يستند عليها الإقتصاد في الدول، وذلك لأنها تلعب دوراً مهماً كأوعية إدخارية تحفظ ودائع الأفراد والمنشآت وتقوم برفد المقترضين بما يحتاجون له من أموال، وينظر اليها بالعادة على أنها وسيط مالي يعمل ما بين طرفين الا وهما (عريقات،2014):

- المودعين من أفراد وشركات.
- مقترضين من أفراد وشركات.

من هنا فإن البنوك تعتبر من أهم المؤسسات الوسيطة وأبرزها، حيث تتمثل وظيفتها الرئيسية في عملية استقبال الودائع الجارية أو ودائع التوفير أو الودائع لأجل من الأفراد والمشروعات والمنشآت القائمة (ضو،2012) ، وإعادة الاستخدام لهذه الأموال لحسابها الخاص في القيام بمنح الإئتمانات والخصومات وباقي العمليات المالية للوحدات الإقتصادية غير العاملة في القطاع البنكي (الدليمي ، 1990 ، ص177 ).

وعليه فإن هذه البنوك تقوم بهذه الأعمال بشكل رئيسي مما يساهم في استمراريتها في العمل ضمن البيئة الخاصة بها. من هنا فقد تعددت التعاريف الخاصة بالبنوك التجارية والتي ستقوم الباحثة في استعراضها في دراستها الحالية والموسومة في الحصة السوقية للتسهيلات البنكية وأثرها على ربحية البنوك التجارية في المملكة الأردنية الهاشمية، حيث يعد قطاع البنوك في الأردن من القطاعات المهمة والتي تساهم في عمل كافة القطاعات الأخرى.

## (2-3) نشأة البنوك التجارية :

تعتبر الصناعة المصرفية والبنكية من أهم الصناعات في الفكر الاقتصادي المعاصر لما لها من مساهمة فعالة في ازدهار الاقتصاد وتنميته على الصعيد المحلي والدولي، وفي مختلف المجالات والميادين الاستثمارية والتنموية (الزبيدي،2002)، حيث تشكل المصارف الحجر الأساس في للإئتمان والتعاملات المالية المختلفة (البحيصي، 2011)، وعليه فلا بد لنا من التطرق الى نشأة البنوك التجارية في العالم .

نشأت البنوك التجارية مع تطور عمليات الصيرفة بمفهومها البسيط وتطورها، حيث كان الصيارفة يقبلون ويدخرون الودائع مقابل إصدار ايصالات مقبوضات او شهادات ايداع يؤيدون فيها مبلغ الوديعة وقيمتها، ويعطون للمودعين عوائد وعمولات من هنا وبعد الملاحظة بأن أصحاب الودائع لا يقومون بسحبها في الفترات القصيرة درسوا امكانية الاقراض لهذه الودائع للغير مقابل حصولهم على فوائد ونسب ثابته ، من هنا ورثت البنوك هذه الآلية عن الصيارفة قديما وصاغوها وبلوروا فكرتها لتصبح طريقة عمل ممنهجة (سالم، 2013).

ومع ظهور أول بنك في مدينة البندقية عام 1517م، تأطر عمل البنوك التجارية، حيث لحق هذا البنك ظهور بنك أمستردام في هولندا القديمة عام 1609م، ومع بداية القرن الثامن عشر إزداد عدد البنوك التجارية حول العالم تدريجياً، ومع ازدهار الصناعة وانتشار الثورة الصناعية واجتياحها مدن أوروبا المختلفة وظهور الشركات كبيرة الحجم وتوسع انشطتها برزت الحاجة الى بنوك كبيرة الحجم والملاءة المالية لتمول هذه الشركات لمتابعة أعمالها في الأسواق (حماد، 2008، ص37).

وفي ظل وجود الأنظمة الإقتصادية البدائية والتي توسعت حتى وصلت لاستخدام النقود بشكلها الحديث والذي كان لظهورها الأثر الكبير على إزدهار الانتاج وزيادته والتوسع الى التجارة والتبادلات الخارجية وتوجه أنظار القائمين على هذه التجارة الى رؤوس الأموال الخارجية التجارية والتي كانت تقترض على شكل قروض للقيام في أعمالها، تنوعت العمليات حتى مهدت للرأسمالية المصرفية والتي مكنت البنوك من التجارة بالنقود، ومع تزامن هذا الأمر مع النظام الانتاجي الرأسمالي والذي رافق الثورة الصناعية الكبيرة في دول العالم المتقدم توجهت أنظار الشركات والمشروعات الصناعية الى زيادة حجم استثماراتها وأعمالها، حيث سعت هذه المشروعات الى

امتلاك عناصر الانتاج والصناعة الآلية والتي تتصف بالتكاليف العالية والضخمة، والاتجاه الى الاقتراض من البنوك والتي كانت تعتبر جهازاً فعال في خدمة الرأسمالية الصناعية من خلال ما تجمعه من مدخرات وودائع واقراضها لمشروعات الصناعة الكبرى، ومن هذا المنطلق أصبحت البنوك وسيطاً مالياً بين الرأسماليين وأصحاب الأموال من المدخرين والذين يحصلون على فوائد نظير ودائعهم (رمضان وجودة، 2006).

من هنا ترى الباحثة بأن نشأة البنوك التجارية كانت قديمة حديثة حيث تطورت تدريجياً مع تطور اقتصاديات الأسواق وتحولها، حيث كانت ولا زالت هذه البنوك شريكاً ومساهماً في نجاح أعمال المنشآت والمشروعات الكبيرة وتحقيق الرفاه للمجتمع بشكل عام، وعليه فلولا تطور النقد في مفهومه الحديث لما نجحت هذه البنوك في عملياتها الى وقتنا الراهن.

## (2-4) تعريف البنوك التجارية :

تعرف البنوك التجارية على أنها تلك المؤسسات المالية المختصة في عمليات جمع النقود التي تفيض عن حاجة الأفراد او المنشآت وذلك بهدف العمل على إعادة اقراضها لأفراد أو منشآت أخرى ضمن أسس ومعايير معينة، أو الذهاب لوضعها في استثمارات خاصة كالأوراق المالية أو الأسهم أو السندات (الحسيني والدوري، 2003، ص13).

أو يمكن تعريفها بأنها تلك المؤسسات المالية التي ينحصر عملها ونشاطها في عمليات التعامل في الائتمان أو الإتجار في الديون. كما يمكن أن ينحصر نشاطها الجوهري في عملية الاستعداد للقيام في المبادلة بين تعهداتها بالدفع عند طلب المقترضين للمال بديون المودعين سواء كانوا أفراد أو منشآت أو حتى حكومات. (ضو، 2012) و (حنفي وأبوقحف،1987، ص11 ).

في حين ينظر الى البنوك التجارية على أنها أهم المظاهر للقطاع المالي والذي يشكل العمود الفقري لإقتصاد أي بلد وتحقيق التنمية المستدامة فيه من خلال ما يقوم به من خدمات مالية ووساطة فعالة، حيث يمكن تعريف البنك التجاري على أنه ذلك النظام المالي الذي يتسم بالقوة والذي يشجع الاستثمار عن طريق تمويل فرص العمل المنتجة، من خلال تعبئة المدخرات وحشدها وتخصيص الموارد للغير بكل كفاءة بحيث يساعد عمليات تجارة الخدمات والسلع ويسهلها بإعطاء القروض اللازمة للعمل واعطاء قرارات الاستثمار لعملاءه المقترضين (McKinnon، 1973; Levine،1997 ).

ويتجلى تعريف البنك التجاري مما سبق بأنه كغيره من المؤسسات التي تهدف الى تحقيق أعلى عوائد ممكنة من خلال التعامل بالأموال في أسواق الإقراض بصورة رئيسية (رمضان،1997، ص21)، (التويرقي،1999،ص29 ).

ويقع على عاتق البنوك في وقتنا الحاضر والتي يعد قطاعها من القطاعات الأفضل عالمياً مهام تطوير القطاعات الأخرى (Athanasoglou et al.،2008 ). حيث أصبح قطاع البنوك التجارية يهيمن على الأسواق المالية في العقود الأخيرة المنصرمة، وأصبحت الأنظار تتجه على أداء هذا القطاع من جميع الأطراف لما يقدمه من مساهمة رئيسية في عوائد البلدان من خلال ما يقدم من ضرائب سنوية للخزينة (Jha and Hui،2012 ) .

وترى الباحثة من خلال التعريفات السابقة لمفهوم البنوك التجارية على أنها تلك المؤسسات المالية الوسيطة والتي تقوم بالتعامل في نقود الغير من المودعين من خلال منح التسهيلات للمقترضين والذين يعانون من عجز ضمن نسب ربح محددة والتي يطلق عليها اسم الفوائد، حيث

تساهم هذه المؤسسات في تحريك دورة الأموال فيها مما يساعد في دفع عجلة الإقتصاد واحداث التنمية في كافة المجالات والقطاعات .

## (5-2) وظائف البنوك التجارية :

تتعدد وظائف البنوك التجارية والتي تتطور مع مرور الوقت ومتطلبات العصر، حيث يساهم ما يقدمه البنك التجاري في ازدهار القطاعات المختلفة بشكل عام وعليه فقد أورد الباحثين في مجال البنوك التجارية العديد من الوظائف الرئيسية فيها والتي سنتطرق لها في هذا الجزء من هذه الدراسة.

فيرى البعض بوجود وظائف تقليدية قديمة للبنوك التجارية وأخرى حديثة جاءت لتلبي متطلبات العصر على النحو الآتي (حماد، 2008، ص64) :

**أولاً** : وظائف تقليدية للبنوك التجارية :

- قبول الودائع من الأفراد والشركات بكافة أشكالها وأنواعها.
- امكانية تقديم القروض للأفراد والشركات بكافة أشكالها وأنواعها.

**ثانياً** : وظائف حديثة للبنوك التجارية:

- التعاملات في الأوراق المالية والتجارية.
- المتاجرة بالعملات الأجنبية من خلال عمليات البيع والشراء فيها.
- التحويلات المالية للعملاء.
- الإعتمادات المستندية.
- إجراء دراسات الجدوى الاقتصادية لبعض العملاء وتقييم المشروعات.

- تأجير صناديق الأمانات والقاصات.
- خدمات البطاقات الإئتمانية .

ويضيف كل من (الحسيني والدوري ، 2003 ، ص34) أن البنوك التجارية تسعى الى تحقيق مستويات من أكبر من الربحية اضافة الى سعيها نحو تحسين خدماتها المختلفة مما يحقق لها المركز الاستراتيجي المتميز والميزة التنافسية الخاصة بها، اضافة الى التوجه نحو تحقيق رضا العملاء سواء كانوا أفراداً ام شركات ، وعليه فإن الباحثان أوردا وظائف بنكية أخرى كما يلي :

- المساهمة في عمليات التمويل الخاصة للمشروعات بصيغ مختلفة.
- تصدير تعهدات الضمان، والذي يتم من خلاله قبول دفع مبلغ بالنيابة عن عملائه لأطراف أخرى ضمن فترة معينة.
- خصم الأوراق التجارية .
- دفع الحوالات البرقية والبريدية .
- المسؤولية الإجتماعية.

وعليه فإن الباحثة ترى بأن وظائف البنوك التجارية قد تطورت مع مرور الأيام واحتياجات الأسواق والأفراد لها مما يتيح لكافة الأطراف بالتعامل معها نحو تحقيق الأهداف المشتركة والرامية الى تحقيق الرفاهية للمجتمعات .

**(6-2) البنوك التجارية الأردنية :**

يلعب قطاع البنوك التجارية دوراً أساسياً في ازدهار جميع القطاعات الاخرى لما له من تأثير في الاقتصاد الوطني للأردن، ويتصل هذا الدور ليس في الأمور المالية فقط بل على صعيد التوظيف والتدريب للأفراد ولمخرجات التعليم من الطلبة الجامعيين وحاملي الشهادات، حيث تجاوزت أعداد الموظفين في البنوك العاملة في الأردن أكثر من 17340 موظف وموظفة كما أوردت تقارير البنك المركزي الأردني نهاية عام 2013 على موقعها الإلكتروني، وترى الباحثة بأن العدد لا بد له بالزيادة لنهاية عام 2015م، في حين أن بلغت الدورات التدريبية لموظفي هذه البنوك في نهاية العام ذاته 2013م، 37 ألف دورة تدريبية استفاد منها هؤلاء الموظفين سواء من خلال التدريب الداخلي أو الخارجي.

في حين أن البنوك العاملة في الأردن بلغ مع نهاية عام 2013م من خلال الرجوع الى التقارير والاحصائيات الصادرة عن البنك المركزي 27 بنكاً عاملاً في المملكة، حيث تتوزع هذه البنوك كالآتي:

البنوك التجارية الأردنية : 13 بنك.

البنوك الاسلامية الأردنية: 3 بنوك.

البنوك الاجنبية غير الأردنية : 10 بنوك.

البنوك الاجنبية الاسلامية : 1 بنك .

وتعمل هذه البنوك في أغلب منطاق المملكة الأردنية الهاشمية من خلال ما تقدمه من خدمات مختلفة عن طريق فروعها والبالغة 702 فرع، اضافة الى 72 مكتب و1219 جهاز صراف آلي،

وتعتقد الباحثة زيادة هذه الأعداد نهاية عام 2015م، وذلك استجابة لمتطلبات السوق الأردني والذي يعتمد بشكل كبير على الخدمات المصرفية الحديثة. كما يبلغ مؤشر الكثافة البنكية (عدد السكان إلى العدد الإجمالي لفروع البنوك العاملة في المملكة) في نهاية عام 2013 نحو 8902 نسمة لكل فرع اذ ما تم النظر اليه من هذا الجانب.

واستطاع قطاع البنوك في الأردن خلال العقود الماضية القليلة بأن يتبوأ مركزاً ريادياً في تنمية اقتصاد المملكة، وتوجه الانظار اليه بأنه الممول الرئيسي لفئات المجتمع المختلفة في الأردن سواء كانوا افراداً أم شركات وبكافة أحجامها الصغيرة منها والمتوسطة والكبيرة، اضافة الى أنه ممول للحكومة (عريقات،2014).

ومع مراجعة الاحصائيات الصادرة عن البنك المركزي الأردني والذي يعد مرجعاً أساسياً لقطاع البنوك ولكل من الباحثين والقائمين على الدراسات فقد لاحظت الباحثة نمواً ملحوظاً في اجمالي موجودات البنوك وذلك بنسبة حوالي 10% سنوياً عند النظر الى المتوسطات خلال الفترة (2001– تشرين الثاني 2012)، لتبلغ حوالي 39،3 مليار دينار في نهاية تشرين الثاني 2012. كما وتشكل هذه الموجودات في الأردن حوالي 185% من الناتج المحلي الإجمالي، ويمكن تفسير هذا الأمر الى تجذر القطاع البنكي الأردني والدور المحوري الذي يلعبه ازاء الاقتصاد الوطني على مستوى المملكة، اذ يعد هذا مؤشراً يشير الى أن الاقتصاد الاردني يرتكز بشكل كبير على قطاع البنوك، في حين أن التسهيلات الائتمانية فقد نمت خلال الفترة (2001– تشرين الثاني 2012) بمعدل سنوي بلغ 12% في المتوسط ووصلت قيمتها إلى 17،5 مليار دينار في نهاية تشرين الثاني 2012. وتشكل التسهيلات الائتمانية الممنوحة من قبل البنوك في الأردن حوالي

77% من الناتج المحلي الإجمالي الأردني. وهذا ما ستقوم الباحثة من تناوله في موضوع دراستها هذه .

أما اجمالي الودائع فقد تأثر في عمل البنوك وازدهارها حيث سجل نمواً ملحوظاً خلال نفس الفترة لتبلغ النسبة في المتوسط حوالي 10 % سنوياً، ووصل رصيد إجمالي الودائع إلى 25 مليار دينار في نهاية تشرين الثاني 2012. وتشكل الودائع لدى البنوك حوالي 120% من الناتج المحلي الإجمالي الأردني (البنك المركزي، 2015).

## (2-7)-الحصة السوقية :

تعتبر الحصة السوقية أداة تقيس التميز بين جميع الوحدات الاقتصادية سواء الرابحة منها والخاسرة، واستناداً على ذلك فإن الشركات في مختلف قطاعاتها تسعى ضمن بيئة تنافسية حادة لإقتناص الفرص والحصول على أكبر قدر ممكن من العملاء والمتمثلة في حصتها السوقية، حيث يتطلب الحصول على حصة سوقية جهداً كبيراً لمعرفة أسباب التأثير في الأسواق بما في ذلك أخذ الفرص واستثمارها للوصول الى الاستحواذ على الأسواق والوصول الى حصة سوقية أكبر بكل الموارد المتاحة (عريقات، 2014)، وتلعب الحصة السوقية وتركزها في المنشآت دوراً مهماً في بناء شهرتها مما يضمن لها المزيد من العملاء ومتلقي الخدمات وبالتالي فإن هذا الأمر ينعكس على نجاح الشركة وتفوقها (Jiang، et al.، 2016 ). كما وأنه كلما كانت الحصة السوقية أكبر للمنشأة كلما زاد ولاء العملاء لها وأن وجود حصة سوقية لهذه المنشأة يساهم في زيادة ربحيتها واستمراريتها بشكل جيد (Doyle،2013 ).

ولضرورة ما يقوم به قطاع البنوك التجارية في العالم من السعي وراء حصة سوقية أكبر مما يؤثر عليه ايجابياً في استحواذه وتركزه في السوق العامل به، فإن هذه البنوك أولت أهمية بالغة

للحصة السوقية والى الاستراتيجيات الخاصة في التوصل اليها ضمن البيئة التنافسية مما سيعود عليها بالربحية العالية (الكور، 2011).

وبناءاً على ما تقدم فإن الباحثة ستقوم بإستعراض مفهوم الحصة السوقية بنطاقها العام ومفهومها في نطاقها الخاص في بيئة البنوك التجارية لما لها من أثر بالغ على هذه البنوك وربحيتها من خلال استعراض الادبيات ذات الصلة في هذا الموضوع بشكل مقتضب .

**(2-8) تعريف الحصة السوقية:**

ورد مفهوم الحصة السوقية كتعريف متصل بمفهوم السوق، الا أن مفهوم الأسواق تم تعريفه من قبل العديد من العلماء ومن أكثر من منظور، حيث عرفه الإقتصاديون على أنه " عملية يتم فيها التقاء قوى العرض مع قوى الطلب لتلك الخدمات أو السلع أو لرؤوس الأموال في قطاع معين ومحدد" (levy & lindon،2000،p 39). كما وعرفه آخرون على أنه تلك البيئة الديناميكية التي يتفاعل فيها كل من العرض والطلب وتسعى بهدفها الى تلبية رغبات العميل والمحافظة عليه وتقديم الخدمات والسلع بالسعر المناسب والجودة الممتازة ( Khorana and Servaes،2012 ).

ويمكن تعريف السوق أيضاً على أنه بيئة اقتصادية يضم مستهلكين وعملاء محتملين يتشابهون في رغباتهم وحاجاتهم، مع توافر القدرة والرغبة في القيام بالاختيار لاشباع الحاجات والرغبات المتولدة لديهم (الصيرفي، 2005، ص 232).

من هنا يمكن لنا تعريف الحصة السوقية على أنها عملية تقوم من خلالها المنشأة في بيع منتج أو خدمة، ويتم التعبير عنها بنسبة مئوية لمجموع المبيعات في القطاع التي تعمل فيه هذه المنشأة وتنتمي اليه (الديوه جي، 2001، ص180). كما ويمكن تعريف الحصة السوقية على أنها

مقياس يميز بين الرابح والخاسر في السوق ويتمثل بنصيب المنشأة من المبيعات في السوق بالمقارنة مع المنشآت الأخرى ذات الهدف المشابه (شلاش وآخرون، 2011).

وعليه فلا بد لنا من التطرق للمفهوم الضيق للسوق والذي يتمثل بأهميته وميوله في تطوير الخدمات والمنتجات المقدمة للعملاء، أما مفهومه الواسع يتمثل في جميع العناصر التي تؤثر على المبيعات أو بشكل عام على أنشطة المنشأة. كما يمكن أن تكون هذه العناصر على شكل أفراد أو مؤسسات أو هيئات وغيرها من التصنيفات (عريقات، 2014).

ولأن البنوك التجارية تمثل قطاع مهم من القطاعات العاملة في شتى البلدان، وأنها تسعى في طبيعة الحال لتحقيق ربحيتها في الوصول الى حصة سوقية كبيرة تضمن لها استمراريتها فقد ذهب العديد العلماء لتحديد مفهوم الحصة السوقية لها وبيانها بشكل مفصل وبشكل مستقل عن القطاعات الأخرى.

حيث يعرف كل من (Ben Naceur and Goaied، 2001، p318 ) كما ورد في (حداد، 2010) الحصة السوقية للبنك بأنها "نسبة أصول أو ودائع أو تسهيلات البنك خلال سنة معينة، إلى مجموع أصول أو ودائع أو تسهيلات جميع المصارف، خلال السنة نفسها".

في حين يراها كل من آخرون بأنها نسبة مئوية من استحواذ البنك على حصة معينة من الأسواق العاملة فيها، وبأقل التكاليف الممكنة والمخاطر لما لهذه النسبة من أهمية قصوى في تحقيق عنصر الربحية من خلال احتساب الودائع مقابل التسهيلات (Bertay، et al.، 2013 ).

ومن هنا ترى الباحثة بضرورة الذهاب لقياس الحصة السوقية للبنوك التجارية لما لها من دور ناجح في عملية التنبؤ بالمستبقل اضافة الى أنها تمكن العاملين في قطاع البنوك في اجراء

الدراسات اللازمة لتستند عليها في اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة حيال زيادة حصتها وجذب العملاء وودائعهم ومنح التسهيلات الإئتمانية بشكل أفضل والذي ربما يساعدها في زيادة ربحيتها والاستحواذ الأكبر على الأسواق التي تعمل بها اضافة الى طرق تعظيمها والاستراتيجيات المتبعة ازائها، وعليه فإن الحصة السوقية تقاس من خلال العديد من الطرق والأساليب والتي ستتناولها الباحثة بشكل مفصل لما لها من أهمية بالغة في موضوع الدراسة الحالية .

**(2-9) طرق قياس الحصة السوقية:**

أورد العديد من الباحثين طرقاً خاصة في قياس الحصة السوقية للمنشآت حيث يعد المؤشر التالي أحد الطرق الأكثر شيوعاً لتحليل الوضع التنافسي لخدمة أو منتج معين لمنشأة محددة في السوق ويتم قياس هذه الحصة من خلال المعادلة الآتية ( تاوتي، 2008، ص 8):

الحصة السوقية = مبيعات المنتج أو العلامة أو الخدمة / المبيعات الإجمالية.

وللوقوف على محتوى هذه المعادلة فلا بد من شرحها وتناول بعض تفصيلاتها كالتالي:

- وحدة القياس : فإنها يمكن أن تتمثل بحسب الحجم (عدد الوحدات المباعة) أو بحسب قيمتها (رقم معبر عنه وبالغالب يكون السعر).
- المدة الزمنية : والتي لا بد لنا من أخذها بعين الإعتبار والتي يجب على أن تكون الحصة السوقية معبراً عنها في مدة زمنية محددة.

في حين يمكن احتساب الحصة السوقية أيضاً من خلال مفهوم الحصة السوقية النسبية حيث يتم من خلاله احتساب الحصة السوقية لخدمة او منتج ما بالنسبة الى منتج او خدمة أخرى

مسيطرة على السوق ولها تركيز أعلى، ويتم التطرق لهذه الطريقة عند القيام في التحليل الاستراتيجي وعند تقييم الوضع التنافسي للمنشآت .

وتذهب المنشآت الكبيرة في القطاع الى احتساب نسب تركزها في السوق ولا سيما البنوك وذلك بسبب ضخامة أعمالها، وأن البنوك الصغيرة لا يوجد لها أي تركز، في يفترض آخرون بوجود علاقة إيجابية بين كل من التركز وربحية البنوك (الكور، 2011).

ونتيجة ذلك فإن الباحثة ترى بضرورة احتساب كل من الحصة السوقية ونسبتها اضافة الى النظر الى الوضع التنافسي الخاص في البنوك التجارية مما يتيح لها وضع خطط مستقبلية للاستحواذ وجذب العملاء.

وفي السياق ذاته يدرج كل من (Molyneuxm and Forbes، 1995، P.155-159 ) أكثر من طريقة لقياس الحصة السوقية في البنوك التجارية (عريقات، 2014) على النحو الآتي:

$$\text{الحصة السوقية للبنك} = \frac{\text{تسهيلات البنك}}{\text{إجمالي تسهيلات جميع البنك}}$$

ويتوقع أن يكون أثر الحصة السوقية على الأرباح أثراً إيجابياً، بحيث إنه كلما ارتفعت الحصة السوقية للبنك، كلما استطاع أن يفرض أسعاراً غير تنافسية، وبالتالي ترتفع أرباحه.

ولضرورة الحصة السوقية فلا بد لنا من النظر الى السبل المتاحة في تعظيمها وزيادتها لما له من الفائدة المرجوة على البنوك في كافة وظائفها، وعليه ترى الباحثة بأن كلما كانت الحصة السوقية أكبر كلما أصبح للبنك قدرة تنافسية جيدة ومكانة مهمة في السوق العاملة فيه.

**(2–10) طرق تعظيم الحصة السوقية:**

تلجأ المنشآت بشكل عام والبنوك التجارية بشكل خاص الى زيادة ربحيتها من خلال تعظيم حصتها السوقية وذلك من خلال معرفة توجهات العملاء وتحسين الخدمات المقدمة لها وتمييزها على نحو دقيق مما يساعدهم في استمرار ما يقومون به من أنشطة مختلفة (صديق، 2012)، وعليه فإن المنشآت تقوم بإستخدام العديد من الاستراتيجيات الخاصة لتعظيم حصتها السوقية الى أن تختار استراتيجية خاصة تناسبها وذلك نظراً لاحتياجات السوق وظروفه السائدة( بخيتي، 2002، ص 51–53)، وتهدف هذه الاستراتيجيات الى تكبير وتوسيع أعمال المنشآت في الأسواق المختلفة في النطاق المحلي والعالمي على حد سواء وفقاً لكل من (Santos، et al. ، 2012) و (Akgobek، 2012 )، ومن ناحية أخرى تقوم هذه الاستراتيجيات عند قيام المنشآت في التوسع أو الإندماج أو الاستحواذ في الأسواق العاملة بها أملاً منها في الحصول على ميزة تنافسية وزيادة ثرواتها (Khan، 2011 ).

وعليه فقد أورد بعض العلماء الى هذه الاستراتيجيات وقسمها الى كل من استراتيجية اختراق السوق، تنمية السوق، تنمية المنتجات والخدمات وتنويعها، وذلك حسب مصفوفة أسماها مصفوفة النمو (Sovbetov، 2013 ). وبخيتي (2002) ويمكن بيانها كالتالي:

1– استراتيجية الإختراق للأسواق: وتعد هذه الاستراتيجية من أسهل الطرق لزيادة الحصة السوقية، ولا تحتوي على خطورة عالية، وتلجأ لها المنشآت في بداية تقديم خدمة جديدة لعملائها حيث أن حجم العملاء يستوعب هذه الخدمات والمنتجات بشكل جيد.

2- استراتيجية التنمية للمنتجات والخدمات: وتقوم المنشآت من خلال هذه الاستراتيجية بزيادة حصتها السوقية عند قدرة السوق على استيعاب خدمات جديدة، حيث لا بد عند اتباع هذه الاستراتيجية ان تقوم المنشأة في تطوير وتحسين وتحديث خدماتها .

3- استراتيجية تنمية الأسواق: وتلجأ لها المنشآت لتقديم خدماتها بشكل أكبر والتوسع فيها جغرافياً وذلك بهدف زيادة حصتها السوقية.

4- استراتيجية تنويع الخدمات للسوق: وتعتبر هذه الإستراتيجية الأعلى مخاطرة حيث تتبع في ظل بيئة عدم التأكد، حيث ربما لا يتوفر بالسوق الجديدة قاعدة عملاء كافية لاستيعاب خدمات المنشأة وزيادة حصتها السوقية، لذلك يطلق عليها البعض إستراتيجية الانتحار أو الموت.

وبناءاً على ما تقدم من هذه الاستراتيجيات فإن الباحثة تستنتج بأن الخبرة تلعب دوراً مهم في اختيار الإستراتيجية المثلى والهادفة الى تعظيم حصتها السوقية وزيادتها، وعليه فلا بد للمنشآت ومن ضمنها البنوك بأن تقوم بإجراء الدراسات التحليلية الخاصة في السوق والتنبؤ المستقبلي له.

ومن خلال تتبع الإستراتيجيات السابقة يرى العجارمة (2005) بأن البنوك تسعى في وقتنا الراهن الى انشاء ادارات مستقلة لخدماتها مما قد يزيد في حصتها السوقية من خلال وضع برامج خاصة تمكن هذه البنوك في الوصول الى غايتها المنشودة وعليه يضيف كل من (العجارمة، 2005، ص 67 -72) و (ضو، 2012) في أطروحته والتي تناولت تحليل أثر التركز البنكي والحصة السوقية على أداء البنوك التجارية بأن البنوك التجارية تقوم في كل مما يلي وذلك بغية زيادة حصتها السوقية وتعظيمها:

- **تجزئة الأسواق:** وتقوم فكرتها على تقسيم السوق الى مجموعات من العملاء المتشابهين في رغباتهم في الخدمات المقدمة من البنوك التجارية حيث تعمل على دراسة هذه الرغبات والتعامل معها بشكل فعال، حيث يمكن تجزئة الأسواق البنكية ضمن ثلاثة أنواع ومناهج أساسية كمنهج السوق الكلية، ومنهج التركز، والمنهج المتعدد التقسيمات وقد أورد ماهية كل من هذه المناهج بشكل مسهب في القطاع البنكي الحديث .
- **أسس تقسيم سوق القطاع البنكي** : حيث أشار الى عملية التقسيم تستند على كل من العوامل الجغرافية والديموغرافية والجندر اضافة الى عوامل اخرى كالثروة ومعدلات الأعمار.
- **التسويق البنكي** : ويعد التسويق المصرفي من العوامل المهمة في البنوك التجارية حيث يسعى الى زيادة ربحيته من خلال الاقبال على الخدمات المقدمة من خلاله لعملاءه، وأيا كان الهدف فإن مهمة التسويق المصرفي تتركز على تطوير الوسائل اللازمة لتمكين المصرف من تحقيق أهدافه . ومن أمثلة هذه الوسائل تطوير خدمات متميزة أو الإسهام في أنشطة اجتماعية معينة. كما وتسعى البنوك التجارية في ايجاد مزيج تسويقي مناسب لأعمالها وأهدافها وتنقسم أهداف المصرف إلى نوعين: ( جبر ، 2006 ، ص – 334 333):
- **الأهداف القصيرة الأجل** : والتي تتسم بالمرونة وتشمل كل من زيادة أو تخفيض أنواع معينه من الودائع، وزيادة أو تخفيض أنواع معينه من القروض، وتوجيه العملاء إلى أنواع معينة من الخدمات والمنتجات البنكية، اضافة الى زيادة ربحية البنك في فترة معينة.
- **الأهداف الطويلة الأجل** : وتتسم هذه الأهداف بالثبات، والتي تتمثل في تحقيق أعلى ربحية ممكنة، وزيادة الحصة السوقية للبنك التجاري، وتحسين الصورة الذهنية له وتنويع العملاء

وتصنيفهم وتخفيض المخاطر، والمحافظة على الإيرادات من خلال زيادة الخدمات المقدمة وأنواعها .

تعرف حصة السوق أو الحصة السوقية بأنها عبارة عن نسبة مبيعات منشأة لمنتَج أو خدمة ما مقابل النسبة المئوية لمجموع المبيعات في الصناعة ككل، كما تُعدّ الحصة السوقية مقياساً أو أداة للتمييز بين المنظمات الرابحة والخاسرة، لذلك فإن منظمات الأعمال في سباق دائم فيما بينها بهدف اقتناص الفرص والحصول على أكبر حصة في السوق (Genchev،2012 ).

إنّ محاولة المنظمات للحصول على حصة سوقية ملاءمة تتطلب منها جهداً إضافياً كبيراً، بهدف التعرف على القوى الخارجية الفاعلة، كالفرص والتهديدات وملائمة تلك المعرفة المكتسبة مع نقاط قوة وضعف المنظمة، بهدف اختيار الفرص المناسبة واستثمارها بشكل فعّأل في محاولة للاستحواذ على السوق والوصول إلى الحصة السوقية الأكبر (الكور، 2011).

وقد أشار الجنابي (2000) إلى أن الحصة السوقية تمثل عنصراً أساسياً وذات أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمات الأعمال، إذ أنه من خلال الحصة السوقية تستطيع المنظمات أن تحقق الربحية العالية التي تمكنها من توسيع أعمالها، مما سيقودها إلى زيادة الإنتاجية وإنخفاض التكاليف وزيادة الأرباح.

**(3-11) التسهيلات المصرفية :**

التسهيلات في البنوك التجارية الأردنية :

ورد في تعريف البنك المركزي الأردني للتسهيلات الإئتمانية غير العاملة في تعليماته الخاصة على أنها تتضمن ما يلي (البنك المركزي الاردني، 2000) :

- التسهيلات الائتمانية دون المستوى : ويقصد في هذه التسهيلات بأنها التي مضى على استحقاقها أو استحقاق لأحد الأقساط المترتبة عليها أو عدم الانتظام في السداد لأصل المبلغ أو الفوائد أو كليهما أو جمود الحساب الجاري مدين مدة تزيد عن (90) يوماً و تقل عن 180 يوماً.
- التسهيلات الائتمانية المشكوك في تحصيلها : وهي التسهيلات التي لم تحصل أحد أقساطها أو عدم انتظام السداد لأصل المبلغ أو الفوائد أو كليهما أو جمود حساب جاري مدين مدة 180 يوماً فأكثر.
- التسهيلات الائتمانية الرديئة: وهي التسهيلات التي يتوفر لدى البنك أدلة قاطعة على عدم إمكانية استردادها وهي كالآتي :

التي مضى على استحقاقها أو استحقاق أحد أقساطها أو عدم انتظام السداد لأصل المبلغ أو الفوائد أو كليهما أو جنود حساب الجاري مدين مدة (360) يوما فأكثر.

التسهيلات التي تمت جدولتها مرتين ولم يلتزم الزبون (العميل) بالسداد .

**التسهيلات البنكية :**

تعد أعمال البنوك وقطاعها من أهم القطاعات التي تساهم في تكوين المجتمعات وازدهار البلدان، إذ تلعب دوراً مالياً وسيط بين كل من المدخرين والمستثمرين. أو بين كل من المودعين أصحاب الأموال والمقترضين وهم المستفيدين من الاقتراض فيها، وعليه فإن التسهيلات التي تمنح من قبل البنوك تمثل عصباً أساسياً في أعمال هؤلاء المقرضين لما يصاحبها من زيادة أنشطتها التمويلية والاستثمارية والتشغيلية على حد سواء.

وتشكل البنوك رافداً رئيسياً لتمويل التسهيلات والتي تعتبر دافعاً أساسياً لعميلة التنمية الاقتصادية في دول العالم، لا سيما عند قيام الدول بتوفير مناخ استثماري مناسب للبنوك العاملة فيها (الطنبور، 2001، ص 20). كما وتعمل البنوك بمختلف أنواعها في منح التسهيلات المختلفة لعملاءها مما يشكل رافداً اساسياً لها من ناحية استثماراتها المختلفة، وعليه فلا بد للباحثة من استعراض هذه التسهيلات الإئتمانية في هذا الجزء من دراستها .

**(2-12) تعريف التسهيلات الإئتمانية البنكية :**

تعرف التسهيلات على أنها نوع من أنواع الإئتمان التي تمنحها البنوك لعملائها. ويعرف الإئتمان على أنه القدرة على الاقراض. حيث اصطلح المفكرين في المجالات المالية على أنه " التزام طرف لطرف آخر بالإقراض او المداينة" في حين أوردت التعاريف الاقتصادية حول التسهيلات والإئتمان بتعريفها على أنها " عملية يقوم بها الدائن بمنح المدين أموال ضمن مهلة من الوقت يلتزم من خلالها بدفع قيمة الأموال قي وقت محدد وعند انتهاء هذا الوقت"(أنجرو، 2007)،

وعليه يمكن النظر الى التسهيلات على أنها صيغة تمويلية استثمارية تعتمدها البنوك بشتى أنواعها.

في حين أورد آخرون حول مفهوم التسهيلات الإئتمانية " على أنها عملية يتم من خلالها مبادلة شيء ذو قيمة أو نقود في الحاضر مقابل الوفاء في سدادها مستقبلياُ (شحاتة، 1999)، ومن هنا فإن التسهيلات البنكية تعتبر استثماراً مهماً في البنوك نظراً لعملها كوسيط مالي في الاقتصاد حيث تعتبر هذه التسهيلات عاملاً جاذباً للعملاء والذي يمكن للبنك من خلالها تحقيق ربحية كبيرة (الزبيدي، 2002).

ويضيف الشويهدي (2003) في تعريف الإئتمان البنكي على أنه " تلك الثقة التي يمنحها البنك للعميل من خلال اتاحته مبلغ محدد من المال لغرض محدد والذي يمكن سداده في فترة معينة، حيث تتم عملية سداد هذا المبلغ ضمن شروط يتفق عليها الطرفين (البنك والعميل)، وذلك مقابل اضافة عائد مالي محدد ، في حين أن البنك يتمتع بضمانة استرداد امواله في حال توقف العميل عن السداد.

كما تعرف التسهيلات الإئتمانية البنكية على أنها وسيلة يتم من خلالها الحصول على بضاعة أو خدمة مقابل اعطاء وعد والتزام بدفع قيمتها عند استحقاقها بعد مدة متفق عليها من الزمن، وتمنح التسهيلات بناءاً على الثقة والأمانة من الأطراف الحاصلة عليها ويجب أن تمر فترة من الزمن بين وقت الاقتراض والسداد (العازمي، 2012).

ونتيجة لمخاطر عدم السداد فإن البنوك تقوم بالعادة في تحليل مالي لعملائها الذين يقومون بالحصول على هذه التسهيلات البنكية والتي تعد منهجاً تعتمده البنوك في أعمالها وخاصة عمليات

منح التسهيلات (Singh،2013 ). أما Brauers (2014) فقد نظر لتسهيلات البنكية على أنها أحد الأدوات الاستثمارية في البنوك والتي يتم من خلالها تقديم مبلغ مالي للعميل وذلك بعد توافر الثقة فيما بينهم، وأن التسهيلات تعد جزء من عملية موازنة بينها وبين الودائع مما يساهم في استقرار أعمال البنوك وديمومتها .

وعليه تعد التسهيلات البنكية من أحد محددات النظام البنكي الحديث وأحد وظائفه المتنوعة التي يعمل بحكمها في تقديم الأموال لطالبينها على شكل قروض تجارية وغيرها على أن يتم سدادها في وقت محدد (Gilbert، et al.، 2009 ).

ولأهمية التسهيلات الإئتمانية البنكية فإن البنوك تسعى بشكل مستمر لتطوير خدماتها لتناسب عملائها الحاليين ولجذب عملاء جدد وذلك من خلال تنويع هذه التسهيلات وتوجيهها لمختلف الفئات والقطاعات (Kumbirai and Webb،2010 ).

من هنا يمكن للباحثة وفي ضوء التعريفات السابقة للتسهيلات البنكية في أن تستنتج بأنها عملية تتم بين طرفين أولها البنك والآخر العميل وتقوم على الثقة من خلال منح الطرف الأخير أموال قابلة للسداد ويتم الاتفاق فيما بينهم على وقت ومدة محددة، حيث يستفيد منها العميل في زيادة أنشطته وتوسعها. كما ويستفيد البنك من خلالها بما يجنيه من فوائد مقابل فترة السداد، ويمكن أيضاً النظر اليها على أنها عملية الاستثمار البنكي للودائع بهدف الوصول الى ربحية وعوائد أعلى لمودعي هذه الأموال.

## (13-2) أهمية التسهيلات المصرفية :

تعتبر التسهيلات المصرفية ومنحها من أهم الوظائف الرئيسية في البنوك التجارية، حيث يعد منح التسهيلات من العوامل المهمة في تطور البنك وزيادة سمعته وانتشاره، اضافة الى كسب ولاء عملائه وجذب الجدد منهم وزيادة حصته السوقية (مطر، 2003، ص48).

كما وتعتبر التسهيلات البنكية من الأمور الواجب النظر اليها ومنحها عند حاجة العملاء لها، حيث تزيد هذه التسهيلات من الميزة التنافسية للبنوك من خلال تقديمها في كافة أشكالها وأنواعها للعملاء مما تساعدهم في اقتناء ما يرغبون به (حسين، 2008، ص11)، في حين أشار آخرون بأهمية التسهيلات البنكية في أنها تكمن في تلك العوائد المرتقبة من فوائدها لما يضمن زيادة ربحية البنك والمحافظة على استمراره وتأدية رسالته وتوسيع نطاقه وتعزيز مركزه المالي بشكل أفضل (الخطيب، 2004، ص 57).

وتتجلى أهمية التسهيلات البنكية أيضاً حين النظر اليها على أنها دافع لتشجيع الاستثمارات في قطاعات معينة والسعي وراء ازدهارها ودعمها مما يهيى مناخاص استثمارياً جيدا في الدولة التي تعمل بها البنوك التجارية والتي تتبع سياسة منح التسهيلات والإئتمان لجميع الفئات (رحماني والغالي، 2010).

وفي ذات السياق فإن التسهيلات البنكية تعد من أهم أنشطة البنوك الموجهة لعملائه، حيث يزيد حجم التسهيلات الممنوحة جراء الطلب على خدمات البنك التجاري الذي يقدمها مما يساهم في زيادة حجم البنك واستحواذه على السوق العامل به وحصته السوقية (قويدر، 2008، ص 89)، ويشار الى أهمية التسهيلات البنكية بأنها تلعب دورا اساسياً وفعال في دعم خطط

التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وأن البنوك من خلالها تساهم في التقليل من حدة التوازن التنموي فيما بين المحافظات المختلفة في الدولة الواحدة (دودين، 2010).

وتنبثق أهمية التسهيلات في الأردن من خلال رجوع الباحثة الى تقرير أعده البنك المركزي عام 2008 والذي أشار الى أن التسهيلات البنكية تدعم الاقتصاد الأردني من خلال منحها لمختلف الأنشطة والوحدات الاقتصادية (البنك المركزي الأردني، 2008).

وعليه وعند رجوع الباحثة لبيانات البنك المركزي الأردني المنشورة على موقعه الإلكتروني للوقوف على واقع التسهيلات البنكية المقدمة من قبل البنوك التجارية لكافة القطاعات في الاقتصاد الأردني حتى نهاية عام (2013) فقد بلغت هذه التسهيلات لكافة القطاعات حوالي (18939.7) مليون دينار أردني وقد تمثلت هذه القطاعات في كل من قطاع البلديات والمؤسسات العامة والزراعة والتعدين والصناعة والتجارة العامة والانشاءات وخدمات النقل والسياحة والفنادق والمطاعم اضافة الى قطاع المؤسسات المالية وأصحاب المهن والأفراد وغيرها من الفئات (موقع البنك المركزي الأردني على شبكة الانترنت ،2016).

## (2-14) انواع التسهيلات في البنوك التجارية :

تعتبر التسهيلات البنكية عملية التوظيف الاساسية للاموال الموزعة في البنوك التجارية (نصار،2005)، وتعدد انواع هذه التسهيلات من حيث الغرض منها و يرى آخرون بأنها تقسم الى كل من التسهيلات الخاصة بالانتاج و اخرى خاصة بالاستهلاك و ان اهتمام البنوك التجارية بشكلها التقليدي يتوجه الى التسهيلات الانتاجية و التي يتوقع منها عوائد اعلى مقابلها (حسين، 2008) (الشمري،2013) وأن هنالك العديد من الصفات الخاصة بالتسهيلات الائتمانية من حيث العديد من الجوانب كمدتها و طبيعتها و الجهات المستفيدة منها ( الشمري ، 2013 ).

و عليه فلابد من الباحثة ان تقوم بأستعراض هذه التسهيلات و تصنيفاتها بشكل مفصل في هذا الجزء من الدراسة الحالية .

**اولا : الغاية من الائتمان و الستهيلات :**

و يحتوي هذا الجزء من انواع التسهيلات البنكية على مستحقيه اساسية منها ، هي كل من الائتمان بغرض الاستهلاك و الائتمان بغرض الانتاج ، و التي تسعى البنوك التجارية على التركيز عليها بشكل اكبر (حسين ،2008)، (الشمري،2013)

**ثانيا : من حيث طبيعة الائتمان :**

و يقسم الائتمان قسمين اساسيا و هما ، الائتمان المباشر و الذي يتم منحه من قبل البنك التجاري لعملائه مباشرة ، حيث تشمل هذه التسهيلات ما يلي :

1- القروض
2- السلف البنكية
3- جاري مدين
4- كبيالات مخصومة و غيرها من التسهيلات الاخرى المباشرة

اما الائتمان غير المباشر فأنه يتمثل بالتسهيلات المقدمة للعملاء بشكل غير مباشر و يشمل ذلك :

1- بطاقات الائتمان
2- خطابات الضمان
3- الاعتمادات المستندية

و عليه فأن الباحثة ترى بأن البنوك التجارية اصبحت قوائم هذه الانواع من التسهيلات الائتمانية لاسواق العاملة به ، حيث تصدر البنوك انواع مختلفة من القروض كقروض

العقارات و المركبات و القروض الشخصية و القروض لاعمال ، اضافه الى العديد من بطاقات الائتمان و بسقوف مختلفة .

**ثالثا : من ناحية الجهات المستفيدة من التسهيلات الائتمانية .**

وتشمل الجهات التي تستفيد من التسهيلات الائتمانية في كل من القطاعين منها الخاص والعام، حيث يشمل الائتمان الموجه للقطاع الخاص كل من الافراد وشركات الاعمال لمختلف انواعها، اما الائتمان الموجه للقطاع العام فأنه يشمل كل من الوزارات والدوائر الحكومية والوحدات الاقتصادية التي تتبع الدولة (زرمان،2008، ص21)

ومن هنا ترى الباحثة بأن هذا التصنيف يساعد البنوك التجارية في دراسة احتياجات القطاعين العام و الخاص من التسهيلات الائتمانية اضافة الى انه يساهم في التنبؤ بأنشطته المستقبلية و المتعلقة بمنح التسهيلات سواء للافراد او المنشئات .

**رابعا: التسهيلات البنكية من حيث المدة الزمنية:**

عند النظر الى التسهيلات البنكية من حيث المدة الزمنية فأنها تقسم الى انواع مختلفة حددها و اشار اليها بعض المختصين في مجال البنوك (اندرسون و اخرون ،2006،8) كتالي:

1- التسهيلات البنكية قصيرة الاجل او التي تتراوح مدتها بين يوم و حتى سنة واحدة فقط.

2- التسهيلات البنكية متوسط الاجل متوسطة الاجل:

و تتراوح مده هذه التسهيلات لاستحقاقها بين سنة و الخمس سنوات.

3- التسهيلات البنكية طويلة الاجل: وتتألف هذه التسهيلات القروض والائتمان الذي تزيد مدته عن خمس سنوات.

من هنا نرى ترى الباحثة بأن هذا التصنيف من التسهيلات البنكية يساهم بشكل كبير في تلبية رغبات عملاء البنوك التجارية في مختلف منشآتهم، حيث جاء التقسيم اعلاه لمقياس هذه الفئات في مساعدتهم في توسيع و زيادة انشتطهم لاسيما قطاع الشركات حيث يعتمد عليها في تأسيسها .

## (2-15) التسهيلات البنكية في الأردن :

وفي الأردن ارتفعت التسهيلات الائتمانية الممنوحة من البنوك المرخصة في المملكة بنسبة 9.4 % في بداية العام الحالي الى 21 مليار و156 مليون دينار لشهر كانون الثاني مقارنة مع 19 مليار و323 مليون دينار للشهر ذاته من عام 2015م.

وبحسب بيانات البنك المركزي الأردني فقد حل قطاع الانشاءات في المرتبة الأولى بين النشاطات الاقتصادية الاكثر استحواذاً على التسهيلات الإئتمانية بمقدار 4972.5 مليون دينار تبعه قطاع التجارة العامة بمقدار 3834.3 مليون دينار وفي المرتبة الثالثة قطاع الخدمات والمرافق العامة بمقدار 3138.5 مليون دينار وحل قطاع الصناعة في المرتبة الرابعة بتمويل مقداره 2191 مليون دينار، فيما تراجع قطاع الزراعة والتعدين في المرتبة الاخيرة بمقدار 199.212 مليون دينار على التوالي ، وتراجعت تمويلات البنوك لغايات شراء الاسهم في شهر كانون الثاني من العام الحالي 2016 وبلغت 197 مليون دينار منخفضة من اعلى مستوى وصلته في آخر 5 سنوات والبالغة 414 مليون دينار من عام 2011 (جريدة الرأي، 2016).

## (2–16) الأداء المالي في البنوك التجاري :

يعتبر الأداء المالي في البنوك التجارية من الركائز المهمة لضمان عمله وديمومته (Jayasingam et al. 2013،) في حين ينظر البنك الى البعد المالي فيه على أنه تلك الأداة التي تعكس النتائج الاقتصادية الناشئة عن أنشطته المختلفة والذي يتضمن الدخل التشغيلي والعائد على الاستثمار والنمو إضافة الى التدفقات النقدية والقيمة الاقتصادية المضافة (المحاميد وآخرون، 2015).

ويعتمد الأداء المالي في العادة على التحليل المالي للحكم على الأداء بشكل عام حيث يعرف التحليل المالي في العمليات التي تقوم على دراسة ما تحتويه القوائم المالية من معلومات، حيث تهدف هذه العملية لإكتشاف مدلول تلك المعلومات وترجمة الأرقام التي تعرضها من خلال علاقات سببية بقصد استخراج مؤشرات يمكن الاعتماد عليها في تقييم وتقويم الأداء المالي للبنوك التجارية تجاه الأنشطة وذلك من خلال دراسة انتقادية بإستخدام نسب مالية لعناصر هذه القوائم (يوسف وعلي، 2007).

في حين يرى آخرون في تعريف التحليل المالي على أنه "عملية منتظمة تهدف الى معالجة البيانات المالية المتاحة بقصد الحصول على معلومات تساعد في اتخاذ القرارات وتقييم الأداء للمنشآت في الوقت الماضي والحاضر والمستقبل"، أي أن التحليل المالي يهدف الى التعرف على نقاط القوة في وضع المنشأة من خلال النظر الى القوائم المالية المنشورة والاستعانة بالمعلومات المتاحة عن أسعار الأسهم والمؤشرات الاقتصادية بشكل عام (شريفات، 2001، ص 41).

ويعرف الأداء المالي في بيئة البنوك على انه قدرة البنك في توليد أرباح من خلال استخدام العديد من الأبعاد بما يضمن استمراريته (الدعاس،2010). كما ويعرف أيضاً من جانبين أحدهم يهتم بالنواحي الاقتصادية حيث يركز على العوامل الخارجية للأسواق مثلا لمواقف التنافسية للمنشأة، اضافة الى الجانب الذي يهتم بالنواحي التطبيقية والتي تتضمن على الأساليب الاجتماعية والسلوكية ومدى ملازمتها للبيئة التنظيمية العاملة فيها المنشأة (نايف،2007).

وتهتم جميع الشركات تقريبا في عملية تقسيم الأداء المالي و يهدف هذا التقييم للتعرف على كفاءة الشركة المالية ، وذلك سعيا للتعرف على اوجه التطور والتطوير في الأداء ، اذ يمثل هذا التقيم الأساس المهم في عملية التخطيط ، وعليه فإن المعلومات التي تنتج عن تقيم الأداء تزود الشركة في مؤشرات حول كفاءتها ، اضافه الى تمكينها من معرفة احتياجاتها المركزية (عقيلي،2005،ص376) كما يعتبر كل من (poster and streib2005p:46) تقييم الأداء على انه عملية يتم من خلالها مراجعة لما تم انجازه بالاستناد على المعايير الخاصة بالعمل ، حيث تنظر اليه الشركات لتحسين خطتها من واقع استراتيجياتها وذلك بالوصول الى تحقيقها . في حين يرى اخرون بان الأداء المالي يرتبط بالأداء المحاسبي في الشركات ، وذلك عن النظر الى كل من العائد على الأصول والعاءد على حقوق الملكية ونصيب الأسهم من الأرباح التي تجنيها الشركات حيث يتضمن الأداء المالي ايضا كل من القيم السوقية والعلاقات من العوائد والمخاطرة.(المطيري،2011).

**(2-17) المعايير المستخدمة للأداء المالي في البنوك :**

تتحدد المعايير المستخدمة في الحكم على الأداء المالي بشكل عام وتتكون من كل من المعايير المطلقة و التي تنشأ عن النسب المالية مثل النسب السيولة و نسب التداول و نسب السيولة السريعة ، ( المطيري ، 2012 ) ، اضافة الى المعيار التاريخي الزمني حيث ينظر الى

هذا المعيار ، كأداة هامة للأداء المالي في البنوك، حيث تم مقارنة المؤشرات الخاصة للبنك لفترات زمنية ويستدل عليها من خلال السلاسل الزمنية والنظر الى الأداء سواء كان ايجاباً او سلباً ، ويتم استخدام هذا النوع في الفرق على اتجاه البنك ، وعدم وجود معايير أقوى للمقارنة وعدم امكانية مقارنة أداء البنك بأداء الصناعة ، (بنان ، 2006) و بنظر الى معايير الصناعة على أنها المعايير التي تقدم دليلاً على قوة المركز المالي للبنك بالنسبة الى باقي البنوك في القطاع ذاته ويجب أن يتوفر في هذا المعيار العديد من الخصائص والتي من أهمها أن تكون جميع البنوك ثابتة لهدف واحد وأن تكون ذات حجم مشابه ، اضافة الى أن تستخدم الأسس الحاسمة نفسها من ناحية العرض والإعداد (الدهراوي ،2004،ص 217) .

## (2−18) ربحية البنوك التجارية:

تعتبر البنوك التجارية من أهم القطاعات الإقتصادية في أي دولة، من خلال تقديمها لمجموعة من الخدمات المتنوعة المتمثلة في الوساطة المالية، وإدارة المخاطر الإئتمانية وغيرها من الخدمات، والتي تساهم بشكل فعّال في تسيير عجلة النمو الاقتصادي، لذلك فإن سلامة القطاع المصرفي وإستقراره يؤثر وبشكل إيجابي على سلامة وإستقرار الاقتصادات المحلية ( Dalniela and Brian،2010 ).

إن الهدف الرئيس للبنوك التجارية هو تحقيق الأرباح وتعظيمها شأنها في ذلك شأن أي منظمة أعمال تسعى لزيادة ثروة مالكيها وزيادة القيمة السوقية لأسهمها، حيث أن البنوك التجارية تلجأ عادةً إلى تحقيق هذا الهدف من خلال زيادة قيمة الإيرادات إلى أكبر حد أو تخفيض التكاليف إلى أقل حد ممكن، أو القيام بالإجرائين معاً (الرشدان، 2002).

وتواجه البنوك التجارية في سبيلها إلى تحقيق أرباح وتعظيمها لأرباحها مجموعة من العوامل التي تؤثر وبشكل متفاوت على ربحيتها، منها عوامل خارجية تتمثل في البيئة المحيطة بالبنك أو عوامل داخلية تتمثل في حقوق الملكية والسيولة النقدية والموجودات (القعايدة، 2012).

وقد أكد أبو زعيتر (2006)أن البنوك التجارية تعمد إلى الحصول على أكبر قدر من الودائع والمصادر المالية بأقل تكلفة ممكنة بهدف تعظيم أرباحها، حيث تقوم بعد ذلك بتوظيف الموارد المتاحة لديها في مجموعة من الاستثمارات والتسهيلات الإئتمانية بهدف توفير أكبر قدر من الأرباح والسيولة وبذلك تعمل على تعظيم أرباحها.

## (2-19)مفهوم الربحية في البنوك التجارية :

إن الربحية هي الهدف الأساسي لجميع البنوك للبقاء والاستمرارية ، ويتحقق هذا الهدف من خلال قرارين مهمين :

1. قرار الاستثمار الذي يقوم على استخدام فائض الاموال المتاحة للبنك في فرص استثمارية تحقق عائدا أعلى من التكلفة المرجحة لتلك الاموال (WACC). وتعتمد البنوك التجارية في تمويل استثماراتها عادة من مصدرين رئيسيين أي اما عن طريق التمويل الخارجي من خلال الاقتراض من بنوك اخرى أو من غيرها من مؤسسات التمويل في أسواق المال الاجنبية، واما عن طريق التمويل الداخلي من خلال الملاك سواء عن طريق اصدار الاسهم، او باستخدام الاحتياطيات الاختيارية والارباح المحتجزة. هذا ويتوقف اختيار ايا من هذين المصدرين الخارجي أو الداخلي عادة على عدة عوامل أهمها تكلفة التمويل، وكذلك ملاءمة مصدر التمويل، ثم عنصر المخاطرة (المحجان،2012)

2. قرار التمويل وهو القرار المتعلق بكيفية اختيار المصادر التي سيتم الحصول منها على الأموال اللازمة للبنك لتمويل الاستثمار في موجوداتها بشكل يمكن ادارة البنك من الحصول على اكبر عائد ممكن ، وذلك من خلال الاستفادة من الاقتراض الثابت الكلفة ، ولكن دون تعرضها للأخطار التي يمكن ان تنتج عن المبالغة في الاقتراض (المحجان ، 2012) .

إن للربحية مفهوما واسعا وله عدة مجالات، وان قياسها يعتبر مسالة دقيقه ولا يكون ذا دلاله إلا إذا نسب إلى فترة مرجعيه معينه، وهذا المفهوم يطبق على كل عمل اقتصادي تستعمل فيه الإمكانيات المادية والبشرية والمالية ويعبر عنها بالعلاقة بين النتيجة والإمكانيات المستعملة أي بما يعرف بمقياس الانتاجية (مصيطفى ، ومراد ، 2013).

كذلك للربحية مفهوما تشغيليا بمعنى أن الربحية تتحقق عندما تكون الايرادات المحققة اكبر من النفقات أو التكاليف المستنفدة .

وبذلك فإن الربحية هي التجسيد الفعلي للنتائج المحققة من طرف البنك والتي تهم جهات متعددة وفئات مختلفة (أملاك المساهمين، المقرضين، الموردون، العمال، وغيرهم) وهذا ما جعل مفهومها أكثر نسبية يتحدد ويرتبط بالأهداف التي تسعى إلى تحقيقها كل جهة من هذه الجهات (مصيطفى، ومراد، 2013).

وتقيس الربحية مدى قدرة المنشأة على تحقيق العائد المناسب على الاموال المستثمرة في أنشطتها، وفي تحليل ربحية المنشأة يتوجب مراعاة العنصرين الاساسيين اللذان يحددان تلك الربحية وهما : (مطر ، 2016)

1- قدرة المنشأة على الرقابة على التكاليف .

2- كفاءة إدارة المنشأة في استخدام الاصول على توليد المبيعات .

## (2-20) المؤشرات المالية المستخدمة في تقييم الربحية :

لعل أهم المؤشرات المالية واكثرها استخداما في تقييم ربحية المنشآت التجارية بما فيها البنوك هي النسب المالية التي يتم اشتقاقها عادة من القوائم المالية المنشورة لتلك المنشآت أي قائمة الدخل، وقائمة المركز المالي وفي بعض الاحيان قائمة التدفقات النقدية.

ومن النسب المالية المتعارف عليها في هذا المجال ما يلي: (Gibson، 2013)

**1- هامش مجمل الربح Gross profit margin :**

وتقيس قدرة ادارة المنشأة على الرقابة على المصروفات التشغيلية في سعيها لتوليد الارباح، وتبين قيمة الربح المحقق من كل دينار من المبيعات وذلك بعد خصم تكلفة البضاعة المباعة وتساوي :

$$\text{هامش مجمل الربح} = \frac{\text{مجمل الربح}}{\text{المبيعات}}$$

**2- هامش الربح التشغيلي Operating profit margin :**

وتبين قيمة الربح المحقق من كل دينار من المبيعات وذلك بعد خصم تكلفة البضاعة المباعة ومصروفات التشغيل وتساوي :

$$\text{هامش الربح التشغيلي} = \frac{\text{الربح التشغيلي EBIT}}{\text{المبيعات}}$$

**3- هامش صافي الربح Net profit margin:**

وتبين قيمة الربح المحقق من كل دينار من المبيعات بعد خصم جميع المصروفات بما فيها مصروف ضريبة الدخل وتساوي:

$$\text{هامش صافي الربح} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{المبيعات}}$$

**4- العائد التشغيلي على الاصول operating return on assets:**

ويعتبر بمثابة مقياس أو مؤشر اجمالي يلخص الاداء التشغيلي للمنشأة وذلك بمراعاة العنصرين الاساسيين للربحية هما: مدى نجاح المنشأة في الرقابة على المصروفات من جهة، ثم مدى كفاءة الادارة في مجال استخدام الاصول لتوليد المبيعات من جهة اخرى ، ويساوي :

$$\text{العائد التشغيلي على الاصول} = \frac{\text{الربح التشغيلي EBIT}}{\text{مجموع الاصول}}$$

**5- العائد على الاصول return on assets :**

وتبين قيمة العائد المحقق من كل دينار مستثمر في موجودات المنشأة وذلك بغض النظر عن مصدر تمويلها داخليا كان أم خارجيا ، ويساوي :

$$\text{العائد على الاصول} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{مجموع الاصول}}$$

**6- العائد على حقوق الملكية return on equity :**

وتبين قيمة العائد المحقق من كل دينار يستثمره حملة الاسهم العادية في أنشطة المنشأة ، ويساوي :

العائد على حقوق الملكية = صافي الربح بعد الضريبة– توزيعات الاسهم الممتازة

مجموع حقوق المساهمين العاديين

حيث ان المؤشرات المالية المستخدمة في تقييم الربحية في هذه الدراسة هي العائد على الاصول ، والعائد على حقوق الملكية .

## (2-21)الدراسات السابقة :

- **دراسة الرشدان (2002) بعنوان: "محددات الربحية في المصارف التجارية الأردنية".**

هدفت الدراسة إلى تحديد وقياس أثر المحددات المختلفة والمتمثلة في (الرافعة المالية وتكلفة الودائع والسيولة وحجم المصارف ومخاطر سعر الفائدة ومخاطر راس المال) على ربحية المصارف التجارية الأردنية وقد شملت عينة الدراسة على كل من (البنك العربي وبنك الأردن والبنك الأردني الكويتي)،وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الرافعة المالية كان لها تأثير سلبي على ربحية تلك المصارف، حيث أن زيادة الرافعة المالية يؤدي إلى انخفاض الربحية.

- **دراسة أبو زعيتر (2006) بعنوان "العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية العاملة في فلسطين (1997 - 2004)".**

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد وقياس الأثرالذيتحدثهمجموعة من العوامل والمتمثلة في (نسبة السيولة النقدية، نسبة الأصول الثابتة إلى حقوق المساهمين، نسبة المديونية (الرافعة المالية)، وصافي الفوائد، وإجمالي الموجودات، وحقوق الملكية، وعمر المصرف، وعدد الموظفين، وعدد الفروع)على ربحية المصارف التجارية العاملة في فلسطين خلال الفترة (1997-2004)، وقد اشتملت الدراسة على عينة من المصارف التجارية العاملة في فلسطين وهي: (بنك فلسطين المحدود، والتجاري الفلسطيني، والاستثمار الفلسطيني، والقدس، والعربي، والقاهرة عمان، والأردن). وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة طردية بين كل من (صافي الفوائد، وحقوق الملكية، عدد الموظفين، عدد الفروع)، والربحية بمقايسها (معدل العائد على الموجودات) و(معدل العائد على حقوق الملكية).

- دراسة (Flamini، et al، 2009) بعنوان " **The Determinants of Commercial Bank Profitability in Sub-Saharan Africa** ".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على محددات ربحية البنوك التجارية في أفريقيا، وتكونت عينة الدراسة من (389) بنك في (41) بلد افريقي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: ترتبط ربحية البنوك بحجمها وتنوع نشاطها والملكية الخاصة بها، كما أن عوائد البنك تتأثر وفقاً لمتغيرات الاقتصاد الكلي.

- دراسة **Srinivasan and Rasedie،(2011)** بعنوان " **Investment Bank Market Share and the Performance of Acquiring Companies: Canadian Evidence**".

هدفت هذه الدراسة للاختبار العلاقة بين الحصة السوقية للبنوك الاستثمارية والاداء للشركات المندمجة في كندا ،ولتحقيق هدف الدراسة تم جمع البيانات اللازمة من واقع 123 عملية اندماج تمت خلال الفترة 2000 – 2008 . وقد تم استخدام نموذج Tobin's Q لقياس جودة الاداء ومعدل الترتيب والحصة السوقية للسنة السابقة كمتغيرات لقياس حصة البنوك الاستثمارية .

وقد اظهرت نتائج الدراسة عدم وجود اثر ذات دلالة احصائية للترتيب او الحصة السوقية على جودة الاداء سواء في التعامل او سرعة الانجاز وكذلك بينت النتائج ان بنوك الاستثمار متخصصة بشكل كبير في موضوع الحجم حيث ان هناك علاقة ارتباط بين حجم البنك وحجم العملية النجزة من خلاله وبالمقابل فان جودة الخدمة لا تختلف تبعا لحجم البنك وتؤدى بشكل جيد مهما كان حجم البنك .

ونظرا لتشابه نتائج هذه الدراسة مع نتائج العديد مع الدراسات فقد تم التوصية بتعميم نتائجها على الدول خارج كندا والتي تتشابب فيها البيئة الاقتصادية .

- **دراسة (الكور ،2011) بعنوان "أثر التركز والحصة السوقية في أداء البنوك التجارية الأردنية "**

هدفت الدراسة الى التعرف على اثر الحصة السوقية من الودائع وكذلك اثر التركز في الاصول على الاداء في البنوك التجارية الاردنية ولقياس متغيرات الدراسة تم استخدام نموذج الهيكل – السلوك – الاداء للتركز في الاصول كما تم استخدام فرضية الكفاءة التقليدية للحصة السوقية من الودائع، اما المتغير التابع اداء البنوك التجارية فقد تم قياسه من خلال احتساب معدل العائد على الاصول، وقد تكونت عينة الدراسة من 1993 – 2006 .

وقد اظهرت نتائج تحليل الانحدار للبيانات المجمعة من عينة الدراسة عدم وجود تحالف بين البنوك الاكثر تركزاً في السوق كما تبين ان الكفاءة لا تحقق معدلات اداء اعلى وبالتالي ارباح افضل وقد استنتج الباحث ان اسباب التركز في البنوك قد تعزى لعوامل اجتماعية وسياسية وكذلك الاستفادة من ميزة الدخول المبكر للسوق التي ادت الى سيطرة البنوك القديمة على حصة كبيرة من السوق مستفيدة من قلة المنافسين، كما تبين للباحث ان مستويات المنافسة قد ارتفعت نتيجة للتشريعات والقوانين التي ساهمت في استقلالية البنوك وضبط الاداء المصرفي والحد من التحالفات بين البنوك الاكثر تركز في السوق .

بناء على نتائج الدراسات قدم الباحث عدة توصيات من أهمها: ضرورة الاستمرار في تحديث التشريعات القانونية بما يتواءم مع التطورات في عمل البنوك بالاضافة الى ضرورة تطوير الاداء في البنوك التجارية في الاردن والسعي للمحافظة على الاستقرار المالي لتجنب المشاكل المالية التي قد تتعرض لها البنوك وانعكاس ذلك على الاقتصاد .

- دراسة (Genchev،2012 ) بعنوان " Effects of market share on the bank's profitability".

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير العوامل المتمثلة في (الحصة السوقية،ونسبةالتركيز) على قياس ربحية البنوك والمتمثلة في العائدعلى حقوق المساهمين (ROE)) في بلغاريا. واستخدمت الدراسة بيانات مالية خاصة في(22) بنك خلال الفترة من(2006–2010) لقياس ربحية البنوك، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: هناك أثر للحصة السوقية على ربحية البنك، كما أن العلاقة بين الحصة السوقية وربحية البنوك علاقة طردية.

- دراسة (Flibec،G،Zhao and Preece.D،X،(2012 بعنوان Market Share " Growth and Performance Measures : The Case of large Versus Community Banks."

هدفت هذه الدراسة للتعرف على العلاقة بين الحصة السوقية للبنوك الكبيرة والصغيرة – التي حددت بحجم اصول مليار دولار او اقل –ربحية هذه البنوك حيث تم اجراء الدراسة على عينة تكونت من (2438) بنك في الولايات المتحدة الامريكية للفترة بين 2001 – 2008، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام التغير في الحصة السوقية والعائد على الاصول وكذلك العائد على حقوق الملكية لقياس الربحية .

وقد بينت نتائج الدراسة من خلال العينة المبحوثة ان هناك علاقة تقليدية بين الحصة السوقية والربحية سواء في البنوك الكبيرة او البنوك الصغيرة ، الا ان هناك افضلية بشكل قليل للبنوك الكبيرة في تحقيق مكاسب من خلال الحصة السوقية مستفيدة من الحجم الاقتصادي لها وقدرتها على رفع مستوى الاداء وتقديم مزايا وعناصر جذب للعملاء وقد بينت الدراسة ان كلف التمويل المرتفعة ترتبط عكسيا مع ربحية البنوك الصغيرة وهذا غير موجود في البنوك الكبيرة ، كما

بينت الدراسة ان ارتفاع نسبة ايراد الفوائد الى اجمالي الدخل يرتبط بشكل عكسي مع الربحية لكلا النوعين من البنوك .

وكذلك اظهرت الدراسة ان هناك علاقة عكسية بين الحصة السوقية والعائد على الاصول في كامل العينة، كما ان هناك علاقة دالة احصائيا بين الربحية وراسمال البنك، في حين هناك علاقة عكسية بين العائد على الاصول وحجم البنك.

وبناء على نتائج الدراسة تم تقديم عدة توصيات من اهمها: ضرورة تركيز البنوك الصغيرة على تحسين الخدمات المقدم من قبلها لتوسيع حصتها السوقية.

- **دراسة ميرغني (2015) بعنوان "إستراتيجيات التسويق المصرفي ودورها في زيادة الحصة التسويقية: دراسة ميدانية على بنك فيصل الإسلامي السوداني".**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة إستراتيجيات التسويق المصرفي في زيادة الحصة السوقية وهل استطاعت المصارف مواكبة التغيرات الحاصلة في ظل اشتداد المنافسة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع المعلومات اللازمة لوصف الجهود التي تقوم بها إدارة التسويق في إستراتيجيات التسويق المصرفي وزيادة الحصة السوقية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: ان لدى المصرف المقدرة علي تقديم الخدمات المصرفية بتكنولوجيا حديثة وألاستراتيجية التسويقة التنافسية التي يتبعها المصرف وهذا يعمل علي المحافظه وزيادة الحصة السوقية من العملاء وأظهرت أن المصرف يقوم بالاستجابة الفورية لإحتياجات العملاء وتلبيتها بالسرعة المطلوبة وأستراتيجيات التي يتبعها البنك عبر التسويق المصرفي يساهم في زياده العملاء ويعمل علي تلبية حاجات ورغبات العملاء.

**(22-2) ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة :**

لقد تناولت الدراسات السابقة المواضيع ذات العلاقة بالحصة السوقية وربحية البنوك، وقد استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة بشكل كبير مما ساهم في إغناء موضوع الدراسة الحالية، سواء كان ذلك في مراحل تحديد متغيرات الدراسة وتعريفها، وتحديد مشكلة الدراسة، إلا أن هناك أوجه شبه واختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

فبالنسبة لأوجه الشبه فإن هذه الدراسة مثل جميع الدراسات السابقة تناولت موضوعي الحصة السوقية وربحية البنوك كمتغيرات رئيسة للدراسة، وقد تشابهت هذه الدراسة مع دراسة جينشيف (Genchev، 2012 ) والتي تناولت أثر الحصة السوقية على ربحية البنوك.

أما أوجه الإختلاف التي جعلت هذه الدراسة تمتاز عن الدراسات الأخرى فيمكن إيجازها على النحو الآتي:

تناولت بعض الدراسات السابقة ربحية البنوك من جهات متعددة، مثل دراسة ميرغني (2015) والتي تناولت إستراتيجيات التسويق المصرفي واثرها على الحصة السوقية، أو محددات ربحية البنوك التجارية مثل دراسة فلاميني وآخرون (Flamini، et al، 2009 ).

تميزت أيضاً هذه الرسالة باختلاف مجتمع الدراسة حيث أنها ستطبق على البنوك التجارية الأردنية، على عكس الدراسات السابقة والتي طبقت على مجتمعات مختلفة مثل دراسة منصور (2011) والتي طبقت على البنوك الفلسطينية، وتشابهت مع دراسة الرشدان (2002) التي طبقت في البيئة الأردنية.

# الفصل الثالث

# الطريقة والإجراءات

- (3-1) المقدمة
- (3-2) منهج الدراسة
- (3-3) مجتمع الدراسة
- (3-4) عينة الدراسة
- (3-5) أدوات الدراسة
- (3-6) مصادر الحصول على المعلومات
- (3-7) نموذج الدراسة
- (3-8) المعالجة الاحصائية

# الفصل الثالث

# الطريقة والإجراءات

## 3-1 المقدمة :

قامت الباحثة في هذا الفصل في عرض الاجراءات الإحصائية المنهجية التي استعانت بها الباحثة للاجابة عن أسئلة البحث، بما يحقق أهداف الدراسة،حيث شملت هذه الاجراءات تحديدا لنوع الدراسة بناءا على المعلومات المتوافرة لدى الباحثة والاهداف الرئيسة للبحث، وكذلك تم اعتماد المنهج المستخدم في الدراسة بحيث يشير الى الكيفية المتبعة في الدراسة محور موضوع البحث، ثم تحديد مجتمع الدراسة وعينته، وتحديد أداة جمع البيانات حيث أشارت الى المصادر التي تم جمع البيانات اللازمة من خلالها. وثم الانتقال الى الاجراءات التنفيذية من خلال جمع البيانات، وتحديد وحدة التحليل، وثم الانتقال الى المرحلة النهائية من الاجراءات البحثية من خلال التحليل الاحصائي للبيانات وتفسيرها.

## (3-2)منهج الدراسة:

قامت الباحثة في هذه الدراسة بإستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال دراسة اختبارية تعتمد فيها الباحثة على بيانات فعلية مستخلصة من القوائم المالية للبنوك التجارية على مدار الفترة من 2010 – 2014 ، وقد اعتمدت الباحثة على نوعين من مصادر المعلومات هي:

1- في الجانب النظري مصادر ثانوية ممثلة بالدوريات والابحاث والرسائل العلمية التي كتبت في جوانب الدراسة حيث تم الانتفاع بها في تحديد مفاهيم الدراسة ومشكلتها وصياغة فرضياتها.

2- وفي الجانب العملي مصادر أولية تتمثل في القوائم المالية المنشورة للعينة المبحوثة خلال الفترة مابين 2010-2014 وذلك لاستخلاص المعلومات الخاصة بالحصة السوقية للتسهيلات المصرفية للبنوك المبحوثة .

## (3-3)مجتمع الدراسة:

سيتكون مجتمع الدراسة من جميعالبنوك التجارية العاملة في الأردن والبالغ عددها (13) بنكا تجاريا وتم استثناء البنوك الإسلامية وغير الأردنية .

## (3-4)عينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من جميع البنوك التجارية المدرجة في بورصة عمان ، ويبلغ عددها(13) بنكا أي من كل مجتمع الدراسة .

**الجدول (3-1)**
**قائمة البنوك المشمولة ضمن عينة الدراسة**

| الرقم | اسم البنك |
|---|---|
| 1 | البنك العربي |
| 2 | بنك المؤسسة العربية المصرفية (الاردن) |
| 3 | بنك الاردن |
| 4 | بنك القاهرة عمان |
| 5 | بنك المال الاردني |
| 6 | البنك التجاري الاردني |

| | |
|---|---|
| 7 | البنك الاردني الكويتي |
| 8 | البنك الاهلي الاردني |
| 9 | بنك الاسكان للتجارة والتمويل |
| 10 | بنك الاستثمار العربي الاردني |
| 11 | بنك الاستثماري |
| 12 | بنك سوسيته جنرال (الاردن) |
| 13 | بنك الاتحاد |

## (3-5) أدوات الدراسة:

ستعتمد الدراسةعلى القوائم المالية للبنوك التجارية المدرجة في بورصة عمان.

## (3-6) مصادر الحصول على المعلومات:

ستعتمد الباحثة على جمع البيانات والمعلومات اللازمة لهذه الدراسة من خلال عدة مصادر،و تقسم مصادر الحصول على المعلومات الى :

مصادر اولية : القوائم المالية المنشورة للبنوك خلال الفترة من 2010-2014

مصادر ثانوية:

1. كتب علمية متخصصة في مجال البحوث.
2. نتائج الدراسات والبحوث العلمية ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية.
3. المقالات المنشورة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية على الإنترنت.

## (7-3) نموذج الدراسة:

يبين الشكل رقم (1) أنموذج الدراسة والذي تكون من:

المتغير المستقل: الحصة السوقية.

البعد الاول: حصة البنك السوقية لإجمالي التسهيلات.

كما أنه يبين المتغيرات التابعة للدراسة، وهي:

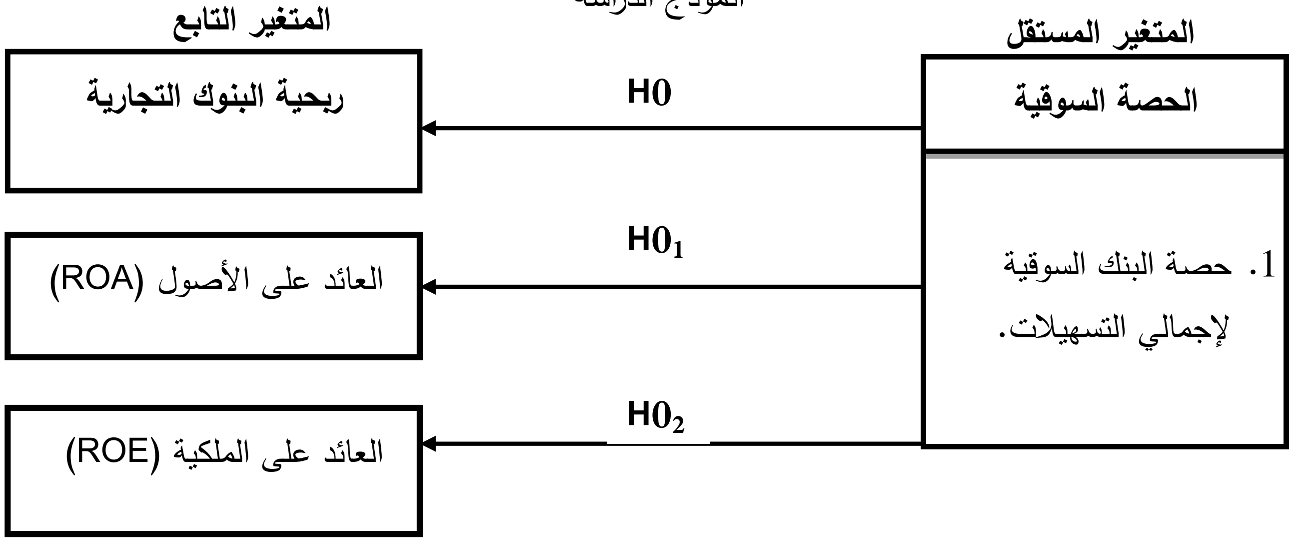
المتغير التابع: ربحية البنوك التجارية.

البعد الاول: العائد على الأصول (ROA).

البعد الثاني: العائد على الملكية (ROE).

شكل رقم (3-1)

أنموذج الدراسة




أنموذج الدراسة من إعداد الباحثة بالإعتماد على الدراسات السابقة

**(3–8) المعالجة الإحصائية:**

استخدمت الدراسة الحالية للوصول الى نتائجها برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SAS) في معالجة البيانات للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها بعد تفريغ المؤشرات والنسب المالية من القوائم المالية إلى جداول البرنامج و تقسم الى :

1- الاحصاء الوصفي (Descriptive Statistic)والذي اظهر كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من المتغير المستقل المتمثل بالحصة السوقية للتسهيلات المصرفية ، والمتغير التابع المتمثل بالعائد على الاصول والعائد على حقوق الملكية .
2- معرفة العلاقة الارتباطية بين الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية والعائد على الاصول والعائد على حقوق الملكية باستخدام معامل بيرسون Pearson Coefficient .
3- تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضيات الفرعية
4- تحليل التباين المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسة .

# الفصل الرابع

## نتائج الدراسة

- (4-1) مقدمة
- (4-2) التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة
- (4-3) العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة
- (4-4) اختبار الفرضيات
- (4-5) تصنيف الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية للبنوك التجارية الاردنية

# الفصل الرابع

# نتائج الدراسة

## (4-1) مقدمة :

ستقوم الباحثة في هدا الفصل بتحليل بيانات الدراسة والاجابة على الاسئلة المتفرعة عن مشكلة الدراسة وصولا الى اختبار فرضياتها واستخلاص نتائج الدراسة وتقديم التوصيات المناسبة وذلك حسب الترتيب التالي :

أولا : التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة المستقلة وكذلك المتغيرين التابعين .

ثانيا : اختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية

## (4-2) التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة :

تم استخدام أدوات التحليل الاحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة المستخلصة من البيانات المالية المنشورة لعينة الدراسة خلال الفترة من (2010-2014) حيث تم من خلالها اشتقاق المؤشرات الوصفية التالية :

1- الوسط الحسابي mean : والذي يمثل الوسط الحسابي لقيم المتغير على مدار السنوات الخمس .

2- الوسيط median : والذي يمثل القيمة الوسيطة أي القيمة التي تقع في وسط قيم المتغير.

3- الانحراف المعياري (SD) : والذي يمثل مدى تشتت قيم المتغير حول وسطها الحسابي وكلما ارتفع هذا المؤشر يكون دليلا لزيادة تشتت القيم حول وسطها الحسابي .

4- القيمتان الادنى والاعلى للمتغير minimum ،maximum : ويؤشرا الى مدى التذبذب الحادث في قيم المتغير وكلما زاد هذا المدى اعتبر دليلا على زيادة التذبذب في هذه القيم والعكس بالعكس .

وفي الجدول التالي (4-1) عرض لتلك البيانات :

**جدول (4-1)**

**التحليل الوصفي للمتغير المستقل والمتغيرات التابعة**

تشير بيانات الجدول (4-1) الى ما يلي :

1- إن قيم المتغير المستقل أكثر تشتتا حول أوساطها الحسابية من قيم المتغيرات التابعة .

| المتغيرات | الوسط الحسابي | الوسيط | الانحراف المعياري | ادنى قيمة | اعلى قيمة |
|---|---|---|---|---|---|
| الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية | 0.077 | 0.041 | 0.125 | 0.007 | 0.519 |
| العائد على الاصول | 0.014 | 0.014 | 0.006 | 0.001 | 0.035 |
| العائد على حقوق الملكية | 0.096 | 0.092 | 0.042 | 0.007 | 0.237 |

وذلك بدلالة كل من : انحرافاتها المعيارية ، وكذلك اتساع المدى الممثل للقيمة العليا والقيمة الدنيا .

2- وبالنسبة للمتغيرات التابعة فمع الانخفاض النسبي للتشتت في قيمتهما بشكل عام ، الا أن العائد على الاصول (ROA) كان الاقل تشتتا من المؤشر الاخر ROE .

3- حيث بلغ الوسط الحسابي للحصة السوقية للتسهيلات المصرفية بلغ (0.051) وانحراف معياري (0.035) ، بينما بلغ الوسط الحسابي للعائد على الاصول (0.014) وانحراف معياري (0.006) ، والوسط الحسابي للعائد على حقوق الملكية (0.097) وانحراف معياري (0.043) .

## (4-3) العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة :

لتحقيق هذا الغرض استخدمت الباحثة بتحليل ارتباط pearson فكانت النتائج الموضحة في الجدول التالي (4-2) :

**جدول (4-2)**

**مصفوفة العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة**

| المتغيرات | الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية | العائد على الاصول | العائد على حقوق الملكية |
|---|---|---|---|
| **الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية** | **1** | | |
| **العائد على الاصول** | **0.88584**** | **1** | |
| **العائد على حقوق الملكية** | **0.83544**** | **0.97321**** | **1** |

**معنوي عند مستوى 0.01

بمطالعة بيانات الجدول أعلاه يتضح ما يلي :

1- بخصوص الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية توجد علاقة ارتباط معنوية طردية (موجبه) بينه وبين العائد الاصول ، وعلاقة ارتباط معنوية طردية (موجبة) بينه وبين

العائد على حقوق الملكية . إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بالنسبة لهما 0.88584، 0.83544على التوالي. وتفسير ذلك هو أن ارتفاع الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية يؤدي الى زيادة العائد على الاصول والعائد على حقوق الملكية والعكس بالعكس.

2- وبخصوص العائد على الاصول توجد له علاقة ارتباط معنوية وموجبة مع العائد على حقوق الملكية وذلك حيث R = (0.97321).

## (4-4) اختبار الفرضيات :

استخدمت الباحثة اختبار الانحدار البسيط والمتعدد لاختبار فرضيات الدراسة وذلك بموجب قاعدة القرار التالية :

ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة إذا كان مستوى الدلالة (sig) يساوي أو أقل من 0.05 والعكس بالعكس وفي الجداول التالية عرض لنتائجها :

**الفرضية الرئيسيةH0 : لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (α≤0.05) للحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية ممثلة ب (العائد على الأصول، والعائد على الملكية).**

**الجدول (4-3)**

**نتائج تحليل التباين المتعدد لأثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك**

| الطريقة الاحصائية | Value | قيمة (F) المحسوبة | Num DF | Den DF | مستوى الدلالة Sig | نتيجة الفرضية العدمية H0 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Wilks' Lambda | 0.20184 | 122.59 | 2 | 62 | <0.0001 | رفض |

*ذو دلالة احصائية (α≤0.05)

توضح بيانات الجدول أعلاه بخصوص نتائج تحليل التباين المتعدد ما يلي :

- إن قيمة مستوى الدلالة (sig) المرتبطة وهي 0.0001 أقل من مستوى الدلالة المرجعية للاختبار وهي 0.05 . ذلك ما يوجب رفض الفرضية (H0) وبمعنى أنه :

يوجد أثر ذو دلالة احصائية للمتغير المستقل (الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية) على المتغير التابع ربحية البنوك التجارية الاردنية (العائد على الاصول والعائد على حقوق الملكية) .

ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية :

**الفرضية الفرعيةh01 : لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (α≤0.05) للحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على العائد على الأصول في البنوك التجارية الاردنية .**

**الجدول (4-4)**

**اختبار الفرضية الفرعية الاولى (أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ROA )**

| معامل الارتباط R | معامل التحديد $R^2$ | درجة الحرية | Beta | B | قيمة T المحسوبة | مستوى الدلالة Sig | نتيجة الاختبار |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0.88584 | 0.7847 | 64 | 0.88584 | 0.01106 | 15.15 | 0.0001 | رفض |

*ذو دلالة احصائية ($\alpha \leq 0.05$)

توضح بيانات الجدول أعلاه بخصوص نتائج تحليل الانحدار البسيط ما يلي:

1- إن قيمة مستوى الدلالة (sig) المرتبطة بالمتغير ROA وهي 0.0001 أقل من مستوى الدلالة المرجعية للاختبار وهي 0.05. ذلك ما يوجب رفض الفرضية (h01) وبمعنى أنه: يوجد أثر ذو دلالة احصائية للمتغير المستقل (الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية) على المتغير التابع ROA.

2- كما أن الارتفاع النسبي لمؤشر Beta للمتغير ROA وهو (0.88584) يؤكد ما ورد أعلاه من وجود أثر ذو دلالة احصائية لحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ROA. ومن جانب آخر فإن الاشارة الموجبة لمؤشر Beta يشير إلى أن العلاقة بين المتغير المستقل الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية والمتغير السابق ROAموجبة وبمعنى أن أي تغير يحدث في الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية سيكون له أثر ممثال وفي نفس الاتجاة على ROA. وهذه النتيجة منطقية لان ارتفاع الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية مثلا سيؤدي بالتالي الى ارتفاع العائد على الاصول.

3- كذلك ومما يؤكد قوة تأثير الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على العائد على الاصول هو ارتفاع $R^2$ له وهو( 0.7847) ومما يشير الى ارتفاع قدرة هذا المتغير على تفسير التغير المرافق في ROA .

**الفرضية الفرعية $h0_2$ : لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على العائد على حقوق الملكية في البنوك التجارية الاردنية .**

**الجدول (4-5)**

**اختبار الفرضية الفرعية الثانية (أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ROE)**

| معامل الارتباط R | معامل التحديد $R^2$ | درجة الحرية | Beta | B | قيمة T المحسوبة | مستوى الدلالة Sig | نتيجة الاختبار |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0.83544 | 0.6980 | 64 | 0.83544 | 0.06228 | 12.07 | 0.0001 | رفض |

*ذو دلالة احصائية ($\alpha \leq 0.05$)

توضح بيانات الجدول أعلاه بخصوص نتائج تحليل الانحدار البسيط ما يلي:

1- إن قيمة مستوى الدلالة (sig) المرتبطة بالمتغير ROE وهي 0.0001 أقل من مستوى الدلالة المرجعية للاختبار وهي 0.05. ذلك ما يوجب رفض الفرضية (h02) وبمعنى أنه: يوجد أثر ذو دلالة احصائية للمتغير المستقل (الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية) على المتغير التابع ROE.

2- كما أن الارتفاع النسبي لمؤشر Beta للمتغير ROE وهو (0.83544) يؤكد ما ورد أعلاه من وجود أثر ذو دلالة احصائية لحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ROE. ومن جانب آخر فإن الاشارة الموجبة لمؤشر Beta يشير إلى أن العلاقة بين المتغير

المستقل الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية والمتغير السابق ROEموجبة وبمعنى أن أي تغير يحدث في الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية سيكون له أثر ممثال وفي نفس الاتجاة على ROE. وهذه النتيجة منطقية لان ارتفاع الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية مثلا سيؤدي بالتالي الى ارتفاع العائد على حقوق الملكية.

3- كذلك ومما يؤكد قوة تأثير الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على العائد على الاصول هو ارتفاع $R^2$ له وهو(0.6980) ومما يشير الى ارتفاع قدرة هذا المتغير على تفسير التغير المرافق في ROE.

## (4-5) تصنيف الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية للبنوك التجارية الاردنية:

لتحقيق هذا الغرض قامت الباحثة بما يلي:

قياس متوسط الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية لكل بنك من البنوك المشمولة في عينة الدراسة.

وبتحليل البيانات الخاصة بكل بنك على مدار الفترة من (2010-2014) كانت النتائج الموضحة في الجدول التالي (4-6) حيث: احتلت الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية للبنك العربي المركز الاول ومقدارها 0.495226، تلاه في ذلك الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية لبنك الاسكان للتجارة والتمويل ومقدارها 0.124932، ثم البنك الاردني الكويتي بمقدار 0.062126. ومدلول هذه النسبة بالنسبة لكل بنك هو أنه يمثل حجم التسهيلات المصرفية التي يمنحها البنك من اجمالي التسهيلات الممثلة بالتسهيلات الكلية للبنوك.

**جدول (4-6)**

**متوسط الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية للبنوك التجارية والانحراف المعياري لها**

| اسم البنك | ترتيب البنوك حسب الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية لها | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|
| البنك العربي | 1 | 0.495226 | 0.015189 |
| بنك المؤسسة العربية المصرفية (الاردن) | 10 | 0.020584 | 0.002772 |
| بنك الاردن | 5 | 0.048742 | 0.002616 |
| بنك القاهرة عمان | 6 | 0.045672 | 0.002571054 |
| بنك المال الاردني | 8 | 0.03277 | 0.001795425 |
| البنك التجاري الاردني | 9 | 0.021912 | 0.001576728 |
| البنك الاردني الكويتي | 3 | 0.062126 | 0.004327133 |
| البنك الاهلي الاردني | 4 | 0.056738 | 0.003744138 |
| بنك الاسكان للتجارة والتمويل | 2 | 0.124932 | 0.00430623 |
| بنك الاستثمار العربي الاردني | 11 | 0.020084 | 0.005869807 |
| بنك الاستثماري | 12 | 0.019048 | 0.001168469 |
| بنك سوسيته جنرال (الاردن) | 13 | 0.009174 | 0.003025249 |
| بنك الاتحاد | 7 | 0.042988 | 0.007597037 |

# الفصل الخامس

# مناقشة النتائج والتوصيات

- (5–1) نتائج الدراسة
- (5–2) توصيات الدراسة

# الفصل الخامس

# مناقشة النتائج والتوصيات

## (5-1) نتائج الدراسة:

في ضوء التحليل الذي تم في الفصل الرابع فإن هذا الفصل يتناول عرضا لمجمل الاستنتاجات التي توصلت إليها الباحثة، كإجابة عن الاسئلة التي تم طرحها في الفصل الاول والتي مثلت مشكلتها والفرضيات التي بنيت عليها.

فقد كشفت نتائج الاختبارات والمؤشرات المالية المستخدمة في دراسة أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية عما يلي:

1- إن قيم المتغير المستقل أكثر تشتتا حول أوساطها الحسابية من قيم المتغيرات التابعة. وذلك بدلالة كل من: انحرافاتها المعيارية، وكذلك اتساع المدى الممثل للقيمة العليا والقيمة الدنيا.

2- وبالنسبة للمتغيرات التابعة فمع الانخفاض النسبي للتشتت في قيمتهما بشكل عام، الا أن العائد على الاصول (ROA) كان الاقل تشتتا من المؤشر الاخر ROE.

3- بخصوص الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية يوجد ارتباط معنوية طردية (موجبه) بينه وبين العائد الاصول، وارتباط معنوية طردية (موجبة) بينه وبين العائد على حقوق الملكية.

4- وبخصوص العائد على الاصول توجد له ارتباط معنوية وموجبة مع العائد على حقوق الملكية .

5- كشفت الدراسة عن وجود أثر ذو دلالة احصائية للمتغير المستقل (الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية) على كل من المتغيرين التابعين ROA ، ROE .

6- احتلت الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية للبنك العربي المركز الاول ومقدارها 0.495226 ، تلاه في ذلك الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية لبنك الاسكان للتجارة والتمويل ومقدارها 0.124932 ، ثم البنك الاردني الكويتي بمقدار 0.062126 .

## (5-2) توصيات الدراسة :

بناء على نتائج الدراسة فإن الباحثة تقدم عدد من التوصيات كما يلي :

1. ضرورة التركيز على ملكية هيكل راس المال في البنوك الاردنية.
2. ضرورة توجيه تعليمات البنك المركزي نحو دعم البنوك الاردنية لما لذلك من انعكاس على الاقتصاد الاردني .
3. العمل على تحسين عمليات الافصاح في البنوك ذات الحصة السوقية الاقل لجذب مستثمرين جدد .
4. العمل على تحسين اساليب الاعلان عن الخدمات المصرفية المقدمة خاصة من البنوك ذات الحصة السوقية الاقل .
5. اجراء دراسات مستقبلية تتناول الحصة السوقية للبنوك باستخدام عوامل اخرى بخلاف التسهيلات المصرفية .

6. اجراء دراسات مستقبلية تتناول عناصر اخرى لقياس الربحية بخلاف العناصر المستخدمة في الدراسة الحالية .وربط نتائجهما .
7. ان يقوم البنك بتعزيز العلاقات مع عملاءه، مما يزيد من ثقتهم في أعماله و يحسن من مستوى الحصة السوقية .
8. القيام بدراسات أكثر عمقا من حيث الفترة الزمنية لتكون لفترات اطول .

# قائمة المراجع

**أولاً: المراجع العربية**

**ثانياً: المراجع الاجنبية**

## أولاً: المراجع العربية

1. أبو زعيتر، باسل (2006). "**العوامـل المؤثـرة على ربحيـة المصـارف التجاريـة العامـلة في فلسطين (1997–2004)**". رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

2. أنجرو، إيمان (2007)، "**التحليل الائتماني ودوره في ترشيد عمليات الاقراض : المصرف الصناعي السوري انموذجاً**"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة تشرين، سوريا.

3. التويرقي ، بشير علي ، 1999 ، ***إدارة المصارف وتطويرها*** ، منشورات مكتبة طرابلس العالمية ، طرابلس ، ليبيا.

4. الجنابي، ثامر هادي عبود، (2000)، **أثر المشتري والمنافسة في تحديد الحصة السوقية في شركات الأعمال**، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، العراق.

5. الحسيني، فلاح، والدوري، مؤيد، (2003)، **إدارة البنوك**، دار وائل للنشر، عمان، الاردن.

6. الدعاس ، عبد الله أحمد عبد الله (2010) ، إدارة الجودة الشاملة و أثرها في تحسين الأداء المالي : دراسة تطبيقية في عينة من المصارف التجارية الأردنية ، **مجلة دراسات العلوم الإدارية** ، العدد (1) ، المجلد (37) ، ص:93–113.

7. الدهراوي ، كمال،(2004) ، **"تحليل القوائم المالية لأغراض الاستثمار "**، ط1 ، الدار الجامعية ، الاسكندرية.

8. الدليمي ، عوض فاضل ، 1990 ، ***النقود البنوك*** ، دار الحكمة للطباعة والنشر. بغداد ، العراق .

9. الديوه جي، أبي سعيد،(2001)، **إدارة التسويق**، ط3، دار الكتب للطباعة والنشر في جامعة الموصل.

10. الرشدان، أيمن (2002). " **محددات الربحية في المصارف التجارية الأردنية**"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، عمان.

11. الزبيدي ، حمزة محمود ، 2002 ، ***ادارة المصارف*** ، الدار الجامعية ، بيروت ، لبنان .

12. الشويهدي، فوزي علي، " **نشرة التجارة والتنمية للمصرف الليبي حول الائتمان المصرفي**"http://www.bankofcd.com/page.asp?page = ٢٠٠٣ ، صفحة الكترونية 264.

13. الصيرفي، محمد، 2005 ، **مبادئ التسويق**، ط1، الاسكندرية: مؤسسة حورس الدولية، مصر.

14. العجارمة ، تيسير ، 2005 ، ***التسويق المصرفي*** ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن .

15. القعايدة، فادي (2012)." **أثر الإندماج على الربحية، دراسة حالة البنك الأهلي**". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

16. الكور ، عزالدين مصطفى (2011) ، اثر التركز والحصة السوقية في اداء البنوك التجارية الاردنية ، **دراسات، العلوم الإدارية**، المجلّد 38 ،العدد 2 ،ص399-414 .

17. المحاميد، اسعود وطويقات، أمجد وحدادين، ريناتا (2015)، " أثر إدارة علاقات الزبائن في الأداء التنظيمي من وجهة نظر مديري البنوك التجارية الأردنية": دراسة ميدانية، **المجلة الأردنية في إدارة الأعمال**، المجلد 11 ، العدد 3، ص 573 – 599 .

18. المطيري ، مشعل جهز (2012) ، "**تحليل وتقييم الأداء المالي لمؤسسة البترول الكويتية**" ، (رسالة ماجستير غير منشورة ) ، جامعة الشرق الأوسط ، الأردن .

19. بخيتي، ابراهيم، (2002)، "**دور الانترنت تطبيقاته في مجال التسويق دراسة حالة الجزائر**"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

20. بنان ،سعيد (2006) ، **"تقييم الأداء المالي للبنوك الاسلامية :دراسة حالتي البنك الاسلامي الأردني وبنك البركة الاسلامي للفترة (1992-2003) "**،(رسالة ماجستير ،منشورة ) ، جامعة ال البيت .

21. تاوتي، عبد العليم،(2008) ،" **دراسة سوق خدمة اتصالات الهاتف النقال في الجزائر الفترة من العام 2000 إلى العام 2005**" ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، الجزائر .

22. جبر، هشام (2006)، "**إدارة المصارف الإسلامية أصولها العلمية والعملية**"، ط1، فلسطين : جامعة بيرزيت.

23. حداد، فايز، (2010) ، **الإدارة المالية**، الطبعة الثالثة، عمان : دار الحامد للنشر والتوزيع.

24. حماد ، طارق عبد العال،(2008)، **إدارة البنوك التجارية**، سلسلة البنوك التجارية المعاصرة، ط2، الدار الجامعية الاسكندرية مصر.

25. حمدان ، علام وشاهين ، علي والعناسوه ،محمد (2013) **العلاقة بين هيكل السوق والربحية في صناعة المصارف ألاردنية والفلسطينية**، رؤى اقتصادية ،يونيو ،ص 116- 147.

26. حنفي ، عبد الغفار و أبو قحف ، عبد السلام ، 1987 ، ***تنظيم إدارة البنوك*** ، المكتب العربي الحديث ، الاسكندرية ، مصر .

27. دودين، أحمد (2010)، "**دور القطاع المصرفي الأردني في تخفيف أثار الأزمة الاقتصادية العالمية على الاقتصاد الأردني من وجهة نظر العاملين بالمصارف الأردنية، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الدولي السابع تداعيات الأزمة الإقتصادية على منظمات الأعمال**"، جامعة الزرقاء الخاصة، عمان، الأردن.

28. رمضان ، زياد و جودة ، محفوظ ، 2003 ، ***إدارة البنوك*** ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .

29. رمضان ، زياد ، 1997 ، ***إدارة الأعمال المصرفية*** ، دار صفا للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .

30. رمضان، زياد وجودة، محفوظ،(2006)، **الاتجاهات المعاصرة في ادارة البنوك**، دار وائل للنشر ،عمان ،الأردن.

31. شلاش، عنبر ابراهيم، والحوري، ابراهيم، والشورة، محمد (2011)، "أثر استخدام التسويق الإلكتروني في تحقيق ميزة تنافسية لشركات الدواء الأردنية" : دراسة ميدانية، **مجلة دراسات العلوم الإدارية**، 38. (1). 143-160.

**32**. شريفات، خلدون ابراهيم (2001)، الإدارة والتحليل المالي، ط1، عمان: **دار وائل للنشر**.

33. صيام، وليد وخريوش، حسني (2002). "العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية في الأردن"، **مجلة جامعة الملك عبد العزيز**، السعودية، 16 (2).

34. ضو، عامر خليفة (2012)، " **تحليل أثر التركز المصرفي والحصة السوقية على أداء المصارف التجارية**" ، (أطروحة دكتوراة غير منشورة)، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.

35. ضو، عامر خليفة (2013)، **القروض البنكية**، دار المسيرة : عمان.

36. طراد، إسماعيل (2002). " **البنوك الإلكترونية المستقبل الذي أصبح واقعاً. ورقة عمل مقدمة لمؤتمر المناخ المالي والاستثماري جامعة اليرموك**" ، الأردن، 29–31 تشرين الأول.

37. عريقات، إيفا حسين (2014)، "**أثر القروض المتعثرة على الحصة السوقية ونصيب السهم العادي من الأرباح في البنوك التجارية الأردنية**"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.

38. عقيلي ،عمر وصفي (2005) ، **إدارة الموارد البشرية بعد استراتيجي** ، ط2، عمان : دار وائل للنشر .

39. معلا، ناجي (2001). **الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية الأردنية.** دائرة المكتبة الوطنية. عمان.

40. منصور، مجيد (2011). علاقة الترويج الإلكتروني بالحصة السوقية لدى المصارف في شمال الضفة الغربية. **مجلة جامعة الأزهر بغزة**، سلسلة العلوم الإنسانية، 13(1).

41. ميرغني، ندى عبد الرحيم (2015). "**إستراتيجيات التسويق المصرفي ودورها في زيادة الحصة التسويقية**": دراسة ميدانية على بنك فيصل الإسلامي السوداني. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

42. مشرقى ،اميل سعد عازر(2007) "**الاثار الاقتصادية لمشاكل التسهيلات المصرفية في البنوك التجارية في مصر و كيفية مواجهتها**". جامعة عين شمس كلية التجارة و الاقتصاد، جمهورية مصر العربية .

43. نايف ، أسعد كاظم (2007)، "**العلاقة بين إدارة المعرفة والمقدرة الجوهرية وأثرها على الأداء الاستراتيجي**" ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ،الجامعة المستنصرية ،العراق .

44. يوسف، أحمد هاشم وعلي، موسى فضل الله (2007)، تحليل البيانات المالية، منشورات جامعة السودان المفتوحة 2007 ، ص83.

## ثانياً: المراجع الإجنبية .


1- Akgobek، I. (2012). Mergers and Acquisitions as a Growth Strategy. International Conference on Business، Economics، and Behavioral Sciences. April. Pattaya.

2- Athanasoglou PP، Brissimis SN، Delis MD (2008). Bank-specific، industry specific and macroeconomic determinants of bank profitability. Int. Finan. Mark. Inst. Money، 18: 121-136.

3- Athanasoglou، P.P.، Brissimis، S.N. & Delis، M.D. Bank-Specific، Industry-Specific and Macroeconomic Determinants of Bank Profitability. Bank of Greece Working Paper، 2005، No. 25.

4- Brauers، W. K. M.، Ginevicius، R. & Podviezko، A. (2014)، "**Development of a Methodology of Evaluation of Financial Stability of Commercial Banks،"** PANOECONOMICUS، 3. (1). 349-367.

5- Dalniela، L and Brian، W. (2010) .Opportunity Costs and Non Scale Free Capabilites: Profit Maximization Corporate Scope and Profit **Mangers.Strategic Management Journal**، 31 (7).

6- Doylea، J. P.، Filoa، K. ، McDonaldb، H. ، & Funkc، D. C.(2013) ، Exploring sport brand double jeopardy: The link between team market share and attitudinal loyalty، Sport Management Review، 16. (3)

7- Flamini، V.، McDonald، C and Schumacher، L. (2009). The Determinants of Commercial Bank Profitability in Sub-Saharan Africa. IMF Working Paper، African Department.

8- Filbeck،G ،Preece، D and Zhao، X (2012)، Market Share Growth and Performance Measures: The Case of Large Versus Community Banks **Banking and Finance Review** ،2،PP،29-47.

9- Genchev، E. (2012). Effects of market share on the bank's profitability. **Review of Applied Socio- Economic Research**، 3(1).

10- Gibson، Charles H. (2011)" **Financial Statement Analysis**" 12th Edition. The University of Toledo، Emeritus.

11- Jayasingam، S، Ansari، M.A، Ramayah، T، and Jantan، M. (2013) Knowledge management practices and performance: are they truly linked**? Knowledge Management Research & Practice**،.1–10.

12- Jha، Suvita، and Hui، Xiaofeng (2012). "**A comparison of financial performance of commercial banks"**: A case study of Nepal، African Journal of Business Management، 6. (25). 7601-7611.

13- Jianga، G. ، Tadikamallab، P. R. ، Shangb، J.،& Zhaoc، L. (2016). Impacts of knowledge on online brand success: an agent-based model for online market share enhancement، **European Journal of Operational Research**، 248. (3). 1093-1103.

14- Kumbirai، Mabwe and Webb، Robert (2010)، A financial Ratio Analysis of Commercial Bank

15- Levy، L.، and lindon، J.،(2000)، Marketing Basics، Dalloz library، Paris .

16- Levine R (1997). Financial development and economic growth: views and agenda. <web.nps.navy.mil/~relooney/levine.pdf>.

17- McKinnon RI (1973) Money and Capital in Economic Development. The Brooking Institutions، Washington D.C، NY.

18- Molyneuxm، J.، and Forbes، W.، (1995). "**Market Structure and Performance in European Banking** ." Applied Economics Journal، 27، 155-159

19- Performance in South Africa، African Review of Economics and Finance. 2. (1). 30-53.

20- Poster، Theodore H. & Streib، Gregory (2005). "Elements of Strategic Planning and Management in Municipal Government": Status After Two Decades. Public Administration Review، Vol.65 No.156-45 .،

21- Rasedie،K and Srinivasan،G(2011)، Investment Bank Market Share and the Performance of Acquiring Companies**: Canadian Evidence**، ***Journal of Comparative International Management***، Vol. 14، No. 1،PP 26-51.

22- Santos، J.C.، Ferreira، M.P.، Reis، N.R. & Almeida، M.R. (2012). Mergers & Acquisitions Research: A bibliometric study of top strategy and international business journals. **Center of Research in International Business & Strategy**. Working Paper No: 91. May.

23- Singh، Asha (2013)، CREDIT RISK MANAGEMENT IN INDIAN COMMERCIAL BANKS ،
International Journal of Marketing، Financial Services & Management Research، 2. (7). 47- 51.

24- Sovbetov، Yhlas (2013). "**The Firm Valuations in Mergers & Acquisitions، and Its Impacts on Key Financial Ratios"** : Evidence from Banking Industry in UK over the period of 2000-2013، (PhD Research Proposal)، Cardiff Metropolitan University، 20 August 2013.

25- Sovbetov، Y. (2013). "**Relationship between Capital Structure & Profitability"**: Evidence from UK Banking Industry Over the Period of 2007-2012. MBA Thesis، Cardiff Metropolitan University، UK.

# قائمة الملاحق

# الملاحق

## الملحق رقم (1)

## مخرجات التحليل الاحصائي

## ملحق رقم (1) مخرجات التحليل الاحصائي

### Descrptive Statistics

#### The MEANS Procedure

| Variable | N | Mean | Std Dev | Minimum | Maximum |
|---|---|---|---|---|---|
| X | 65 | 0.077 | 0.125 | 0.007 | 0.519 |
| Y1 | 65 | 0.014 | 0.006 | 0.001 | 0.035 |
| Y2 | 65 | 0.096 | 0.042 | 0.007 | 0.237 |

### Descrptive Statistics

#### The CORR Procedure

| | |
|---|---|
| 3 Variables: | X Y1 Y2 |

| Simple Statistics | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Variable | N | Mean | Std Dev | Sum | Minimum | Maximum |
| X | 65 | 35.28275 | 30.38864 | 2293 | 1.92863 | 150.20845 |
| Y1 | 65 | 0.44695 | 0.37929 | 29.05183 | 0.01157 | 2.14798 |
| Y2 | 65 | 3.02917 | 2.26553 | 196.89577 | 0.07329 | 13.11320 |

| Pearson Correlation Coefficients، N = 65<br>Prob > \|r\| under H0: Rho=0 | | | |
|---|---|---|---|
| | X | Y1 | Y2 |
| X | 1.00000 | 0.88584<br><.0001 | 0.83544<br><.0001 |
| Y1 | 0.88584<br><.0001 | 1.00000 | 0.97321<br><.0001 |
| Y2 | 0.83544<br><.0001 | 0.97321<br><.0001 | 1.00000 |

# Regession Y1 on X

The REG Procedure

Model: MODEL1

Dependent Variable: Y1

Weight: wt

| Analysis of Variance | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Source | DF | Sum of Squares | Mean Square | F Value | Pr > F |
| Model | 1 | 7.22479 | 7.22479 | 229.63 | <.0001 |
| Error | 63 | 1.98217 | 0.03146 | | |
| Corrected Total | 64 | 9.20696 | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Root MSE | 0.17738 | R-Square | 0.7847 |
| Dependent Mean | 0.44695 | Adj R-Sq | 0.7813 |
| Coeff Var | 39.68623 | | |

| Parameter Estimates | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Variable | DF | Parameter Estimate | Standard Error | t Value | Pr > \|t\| |
| Intercept | 1 | 0.05685 | 0.03386 | 1.68 | 0.0981 |
| X | 1 | 0.01106 | 0.00072962 | 15.15 | <.0001 |

# Regression Y2 on X

**The REG Procedure**

**Model: MODEL1**

**Dependent Variable: Y2**

**Weight: wt**

| Analysis of Variance | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Source | DF | Sum of Squares | Mean Square | F Value | Pr > F |
| Model | 1 | 229.27105 | 229.27105 | 145.58 | <.0001 |

| Analysis of Variance | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Source | DF | Sum of Squares | Mean Square | F Value | Pr > F |
| Error | 63 | 99.21710 | 1.57487 | | |
| Corrected Total | 64 | 328.48815 | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Root MSE | 1.25494 | R-Square | 0.6980 |
| Dependent Mean | 3.02917 | Adj R-Sq | 0.6932 |
| Coeff Var | 41.42857 | | |

| Parameter Estimates | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Variable | DF | Parameter Estimate | Standard Error | t Value | Pr > \|t\| |
| Intercept | 1 | 0.83163 | 0.23958 | 3.47 | 0.0009 |
| X | 1 | 0.06228 | 0.00516 | 12.07 | <.0001 |

| Parameter Estimates | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Variable | DF | Parameter Estimate | Standard Error | t Value | Pr > \|t\| |

# Regession for Y1&Y2 on X

| The REG Procedure |
|---|
| Model: MODEL1 |
| Dependent Variable: Y1 |

| Analysis of Variance | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Source | DF | Sum of Squares | Mean Square | F Value | Pr > F |
| Model | 1 | 7.22479 | 7.22479 | 229.63 | <.0001 |
| Error | 63 | 1.98217 | 0.03146 | | |
| Corrected Total | 64 | 9.20696 | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Root MSE | 0.17738 | R-Square | 0.7847 |
| Dependent Mean | 0.44695 | Adj R-Sq | 0.7813 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Coeff Var | 39.68623 | | |

**Parameter Estimates**

| Variable | DF | Parameter Estimate | Standard Error | t Value | Pr > \|t\| |
|---|---|---|---|---|---|
| Intercept | 1 | 0.05685 | 0.03386 | 1.68 | 0.0981 |
| X | 1 | 0.01106 | 0.00072962 | 15.15 | <.0001 |

# Regession for Y1&Y2 on X

**The REG Procedure**

**Model: MODEL1**

**Dependent Variable: Y2**

**Analysis of Variance**

| Source | DF | Sum of Squares | Mean Square | F Value | Pr > F |
|---|---|---|---|---|---|
| Model | 1 | 229.27105 | 229.27105 | 145.58 | <.0001 |
| Error | 63 | 99.21710 | 1.57487 | | |
| Corrected Total | 64 | 328.48815 | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Root MSE | 1.25494 | R-Square | 0.6980 |
| Dependent Mean | 3.02917 | Adj R-Sq | 0.6932 |
| Coeff Var | 41.42857 | | |

| Parameter Estimates | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Variable | DF | Parameter Estimate | Standard Error | t Value | Pr > \|t\| |
| Intercept | 1 | 0.83163 | 0.23958 | 3.47 | 0.0009 |
| X | 1 | 0.06228 | 0.00516 | 12.07 | <.0001 |

# Regession for Y1&Y2 on X

**The REG Procedure**

**Model: MODEL1**

**Multivariate Test 1**

| Error Matrix (E) | |
|---|---|
| 1.9821691606 | 12.821516612 |

| Error Matrix (E) | |
|---|---|
| 12.821516612 | 99.217104416 |

| Hypothesis Matrix (H) | |
|---|---|
| 7.2247906191 | 40.699328382 |
| 40.699328382 | 229.27104993 |

| Multivariate Statistics and Exact F Statistics | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| S=1 M=0 N=30 | | | | | |
| **Statistic** | **Value** | **F Value** | **Num DF** | **Den DF** | **Pr > F** |
| **Wilks' Lambda** | 0.20184195 | 122.59 | 2 | 62 | <.0001 |
| **Pillai's Trace** | 0.79815805 | 122.59 | 2 | 62 | <.0001 |
| **Hotelling-Lawley Trace** | 3.95437148 | 122.59 | 2 | 62 | <.0001 |
| **Roy's Greatest Root** | 3.95437148 | 122.59 | 2 | 62 | <.0001 |

# الملحق رقم (2)

## الاحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة للفترة 2010-2014

### الاحصاء الوصفي لحصة السوقية للتسهيلات المصرفية

| اسم البنك | الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية | | | | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | | |
| البنك العربي | 0.51850 | 0.50136 | 0.48287 | 0.49147 | 0.48193 | 0.495226 | 0.015189 |
| بنك المؤسسة العربية المصرفية (الاردن) | 0.01608 | 0.01976 | 0.02248 | 0.02268 | 0.02192 | 0.020584 | 0.002772 |
| بنك الاردن | 0.04953 | 0.05245 | 0.04522 | 0.04851 | 0.04800 | 0.048742 | 0.002616 |
| بنك القاهرة عمان | 0.04242 | 0.04749 | 0.04895 | 0.04499 | 0.04451 | 0.045672 | 0.002571054 |
| بنك المال الاردني | 0.03379 | 0.03358 | 0.03029 | 0.03154 | 0.03465 | 0.03277 | 0.001795425 |
| البنك التجاري الاردني | 0.02012 | 0.02106 | 0.02141 | 0.02412 | 0.02285 | 0.021912 | 0.001576728 |
| البنك الاردني الكويتي | 0.06032 | 0.06258 | 0.06882 | 0.06194 | 0.05697 | 0.062126 | 0.004327133 |
| البنك الاهلي الاردني | 0.05495 | 0.05905 | 0.06191 | 0.05540 | 0.05238 | 0.056738 | 0.003744138 |
| بنك الاسكان للتجارة والتمويل | 0.12621 | 0.12539 | 0.13041 | 0.12418 | 0.11847 | 0.124932 | 0.00430623 |
| بنك الاستثمار العربي الاردني | 0.01669 | 0.01665 | 0.01904 | 0.01760 | 0.03044 | 0.020084 | 0.005869807 |
| بنك الاستثماري | 0.01805 | 0.01754 | 0.01965 | 0.02009 | 0.01991 | 0.019048 | 0.001168469 |
| بنك سوسيته جنرال (الاردن) | 0.00666 | 0.00679 | 0.00831 | 0.01015 | 0.01396 | 0.009174 | 0.003025249 |
| بنك الاتحاد | 0.03668 | 0.03627 | 0.04065 | 0.04732 | 0.05402 | 0.042988 | 0.007597037 |

**الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية**

| اسم البنك | السنة | التسهيلات المصرفية | الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية |
|---|---|---|---|
| البنك العربي | 2010 | 10،061،711،000 | 0.518501726 |
| | 2011 | 10،003،554،000 | 0.501357165 |
| | 2012 | 9،937،597،000 | 0.482876349 |
| | 2013 | 10،539،256،000 | 0.491476054 |
| | 2014 | 11،050،831،000 | 0.481934888 |
| بنك المؤسسة العربية المصرفية | 2010 | 312،116،560 | 0.016084041 |
| | 2011 | 394،305،344 | 0.019761758 |
| | 2012 | 462،642،302 | 0.022480186 |
| | 2013 | 486،252،015 | 0.022675341 |
| | 2014 | 502،569،840 | 0.021917441 |
| بنك الاردن | 2010 | 961،163،483 | 0.049530833 |
| | 2011 | 1،046،500،369 | 0.052448406 |
| | 2012 | 930،627،322 | 0.045219979 |
| | 2013 | 1،040،347،184 | 0.048514404 |
| | 2014 | 1،100،617،301 | 0.047998732 |
| بنك القاهرة عمان | 2010 | 823،104،605 | 0.04241636 |
| | 2011 | 947،589،993 | 0.047491225 |
| | 2012 | 1،007،336،799 | 0.048947358 |
| | 2013 | 964،787،174 | 0.044990822 |
| | 2014 | 1،020،556،375 | 0.044507216 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 0.033797881 | 655،859،938 | 2010 | بنك المال الاردني |
| 0.033584999 | 670،119،771 | 2011 | |
| 0.030287187 | 623،310،413 | 2012 | |
| 0.031540922 | 676،366،322 | 2013 | |
| 0.034645005 | 794،414،558 | 2014 | |
| 0.020120482 | 390،445،134 | 2010 | البنك التجاري الاردني |
| 0.021064851 | 420،305،902 | 2011 | |
| 0.021405447 | 440،524،180 | 2012 | |
| 0.024122178 | 517،278،113 | 2013 | |
| 0.022846211 | 523،866،661 | 2014 | |
| 0.060317025 | 1،170،473،395 | 2010 | البنك الاردني الكويتي |
| 0.062582217 | 1،248،699،799 | 2011 | |
| 0.068817263 | 1،416،259،522 | 2012 | |
| 0.061937272 | 1،328،188،339 | 2013 | |
| 0.056966929 | 1،306،259،250 | 2014 | |
| 0.054946272 | 1،066،252،004 | 2010 | البنك الاهلي الاردني |
| 0.059050328 | 1،178،228،195 | 2011 | |
| 0.061905864 | 1،274،022،910 | 2012 | |
| 0.055399969 | 1،188،001،847 | 2013 | |
| 0.052376274 | 1،200،994،915 | 2014 | |
| 0.126209913 | 2،449،148،398 | 2010 | |
| 0.125397647 | 2،502،052،866 | 2011 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 0.130412139 | 2،683،882،296 | 2012 | بنك الاسكان للتجارة والتمويل |
| 0.124176318 | 2،662،847،949 | 2013 | |
| 0.118470299 | 2،716،539،690 | 2014 | |
| 0.016687189 | 323،820،854 | 2010 | بنك الاستثمار العربي الاردني |
| 0.01664932 | 332،203،041 | 2011 | |
| 0.019044395 | 391،933،727 | 2012 | |
| 0.017595285 | 377،314،851 | 2013 | |
| 0.030443967 | 698،084،208 | 2014 | |
| 0.018050393 | 350،274،314 | 2010 | بنك الاستثماري |
| 0.017541694 | 350،008،522 | 2011 | |
| 0.019645831 | 404،311،268 | 2012 | |
| 0.020093314 | 430،882،813 | 2013 | |
| 0.019914723 | 456،647،253 | 2014 | |
| 0.006657415 | 129،189،509 | 2010 | بنك سوسيته جنرال (الاردن) |
| 0.006795489 | 135،590،044 | 2011 | |
| 0.008310383 | 171،027،709 | 2012 | |
| 0.010153929 | 217،741،761 | 2013 | |
| 0.013957349 | 320،043،868 | 2014 | |
| 0.03668047 | 711،797،603 | 2010 | بنك الاتحاد |
| 0.036274901 | 723،791،257 | 2011 | |
| 0.04064762 | 836،528،170 | 2012 | |
| 0.047324191 | 1،014،824،140 | 2013 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 2014 | 1،238،707،906 | 0.054020965 |
| اجمالي التسهيلات المصرفية | 2010 | 19،405،356،797 | 1 |
| | 2011 | 19،952،949،103 | 1 |
| | 2012 | 20،580،003،618 | 1 |
| | 2013 | 21،444،088،508 | 1 |
| | 2014 | 22،930،132،825 | 1 |

**الاحصاء الوصفي للعائد على الاصول**

| اسم البنك | العائد على الاصول ROA | | | | | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | | |
| البنك العربي | 0.0060 | 0.0110 | 0.0109 | 0.0141 | 0.0139 | 0.01118 | 0.003274 |
| بنك المؤسسة العربية المصرفية (الاردن) | 0.0160 | 0.0160 | 0.0133 | 0.0122 | 0.0122 | 0.01394 | 0.001933 |
| بنك الاردن | 0.0170 | 0.0180 | 0.0165 | 0.0175 | 0.0205 | 0.0179 | 0.001557 |
| بنك القاهرة عمان | 0.0194 | 0.0193 | 0.0174 | 0.0184 | 0.0189 | 0.01868 | 0.000817 |
| بنك المال الاردني | 0.0045 | 0.0011 | 0.0137 | 0.0196 | 0.0176 | 0.0113 | 0.008134 |
| البنك التجاري الاردني | 0.0060 | -0.0017 | 0.0024 | 0.0030 | 0.0086 | 0.00366 | 0.003893 |
| البنك الاردني الكويتي | 0.0350 | 0.0255 | 0.0193 | 0.0186 | 0.0179 | 0.02326 | 0.007228 |
| البنك الاهلي الاردني | 0.0093 | 0.0094 | 0.0090 | 0.0059 | 0.0147 | 0.00966 | 0.003169 |
| بنك الاسكان للتجارة والتمويل | 0.0140 | 0.0150 | 0.0147 | 0.0148 | 0.0163 | 0.01496 | 0.000838 |
| بنك الاستثمار العربي الاردني | 0.0136 | 0.0128 | 0.0145 | 0.0139 | 0.0139 | 0.01374 | 0.000619 |
| بنك الاستثماري | 0.0161 | 0.0139 | 0.0159 | 0.0153 | 0.0154 | 0.01532 | 0.000861 |
| بنك سوسيته جنرال (الاردن) | 0.0143 | 0.0093 | 0.0099 | 0.0109 | 0.0106 | 0.011 | 0.001947 |
| بنك الاتحاد | 0.0140 | 0.0070 | 0.0090 | 0.0130 | 0.0130 | 0.0112 | 0.003033 |

**الاحصاء الوصفي للعائد على حقوق الملكية**

| اسم البنك | العائد على حقوق الملكية ROE | | | | | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | | |
| البنك العربي | 0.0380 | 0.0690 | 0.0674 | 0.0875 | 0.0890 | 0.07018 | 0.020608542 |
| بنك المؤسسة العربية المصرفية (الاردن) | 0.1020 | 0.1010 | 0.0844 | 0.0876 | 0.0914 | 0.09328 | 0.007910247 |
| بنك الاردن | 0.1560 | 0.1520 | 0.1312 | 0.1285 | 0.1404 | 0.14162 | 0.012214008 |
| بنك القاهرة عمان | 0.1815 | 0.1704 | 0.1463 | 0.1544 | 0.1526 | 0.16104 | 0.014481126 |
| بنك المال الاردني | 0.0244 | 0.0066 | 0.0886 | 0.1332 | 0.1188 | 0.07432 | 0.056407553 |
| البنك التجاري الاردني | 0.0470 | −0.0140 | 0.0199 | 0.0281 | 0.0808 | 0.03236 | 0.034940707 |
| البنك الاردني الكويتي | 0.2370 | 0.1629 | 0.1239 | 0.1174 | 0.1078 | 0.1498 | 0.053056621 |
| البنك الاهلي الاردني | 0.1031 | 0.0974 | 0.0887 | 0.0563 | 0.1106 | 0.09122 | 0.021098981 |
| بنك الاسكان للتجارة والتمويل | 0.089 | 0.097 | 0.0989 | 0.1027 | 0.1221 | 0.10194 | 0.012329761 |
| بنك الاستثمار العربي الاردني | 0.0915 | 0.0917 | 0.1021 | 0.1094 | 0.1160 | 0.10214 | 0.01080523 |
| بنك الاستثماري | 0.1013 | 0.0730 | 0.0834 | 0.0856 | 0.0846 | 0.08558 | 0.010137653 |
| بنك سوسيته جنرال (الاردن) | 0.0873 | 0.0550 | 0.0450 | 0.0623 | 0.0757 | 0.06506 | 0.016726117 |
| بنك الاتحاد | 0.0920 | 0.0460 | 0.0640 | 0.0930 | 0.1010 | 0.0792 | 0.023252957 |